

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**Michael Wray y la fotografía de moda en la España de la
transición (1975-1985)**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Federico Baixeras Llano

DIRECTORES

María del Mar Marcos Molano
Fernando Baños Fidalgo

Madrid

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Facultad de Ciencias de la Información



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Michael Wray y la fotografía de moda en la España de la transición (1975-1985)

Autor: Federico Baixeras Llano

Directores: Mar Marcos Molano, Fernando Baños Fidalgo



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD DE LA TESIS
PRESENTADA PARA OBTENER EL TÍTULO DE DOCTOR**

D/Dña. Federico Baixeras Llano
estudiante en el Programa de Doctorado en Com. AAVV, Publicidad y RPTT
de la Facultad de C. de la Información de la Universidad Complutense de
Madrid, como autor/a de la tesis presentada para la obtención del título de Doctor y
titulada:

Michael Uray y la topografía de modo
en la España de la transición (1975-1985)

y dirigida por: Mar Larra, Molono y
Fernando Baños Fidalgo

DECLARO QUE:

La tesis es una obra original que no infringe los derechos de propiedad intelectual ni los derechos de propiedad industrial u otros, de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente, en particular, la Ley de Propiedad Intelectual (R.D. legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, modificado por la Ley 2/2019, de 1 de marzo, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia), en particular, las disposiciones referidas al derecho de cita.

Del mismo modo, asumo frente a la Universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría o falta de originalidad del contenido de la tesis presentada de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente.

En Madrid, a 14 de junio de 2019

Cuando en el año 2013 volví a la Universidad para realizar un Máster, por placer, por curiosidad, por disfrutar aprendiendo tantas cosas interesantes, y con una edad y dedicación profesional que lo hacían realmente difícil por la gestión del tiempo, me encontré rodeado de un grupo de entrañables compañeros y profesores que me devolvieron a una época muy anterior, en la que la Universidad había tenido una gran influencia en mí. Todo ese espíritu humano y los ánimos que encontré para ir mucho más allá de lo imaginado es lo que más agradezco de este nuevo periodo como estudiante, sin olvidar el apoyo de todo mi entorno laboral y familiar: a mis compañeros y profesores del Máster en Patrimonio Audiovisual de la UCM, por devolverme la ilusión y la sensación de ser de nuevo un estudiante; a mi esposa Mariela y a mis hijos, por ser siempre la fuente de inspiración para superarme y tirar incesantemente hacia adelante; a mi amigo Carlos, que me enseñó a montar en moto para poder llegar a tiempo a todos lados durante esos años; a Bengoa Vázquez, por el necesario último impulso; y a tanta gente, especialmente de TAI, que durante estos años no han dejado de estar seguros de que lo iba a conseguir.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis directores de Tesis, Mar Marcos Molano y Fernando Baños Fidalgo, por su dedicación, ánimo constante, eficiencia y por estar siempre ahí, a pesar de la enorme dificultad de trabajar con mi inconstancia, siempre excusada por las diferentes circunstancias profesionales. Nunca pude pensar en encontrar a dos personas con un carácter, nivel de conocimientos, personalidad, sentido del humor y confianza en mí como ellos, y por los que este trabajo nunca podría haber salido adelante.

Dedico esta tesis doctoral a mis queridos padres, Alberto y Aída.

Índice

RESUMEN	10
ABSTRACT	14
1. INTRODUCCIÓN	18
1.1. Hipótesis del trabajo	22
1.2. Objetivos	23
1.3. Estado de la cuestión	24
2. METODOLOGÍA	26
2.1. Marco Contextual	27
2.1.1. Contexto histórico de la moda	27
2.1.1.1. La “moda plena”	28
2.1.1.2. Estilo y moda posmodernos	31
2.1.2. La “movida madrileña”: un reflejo de la nueva España democrática	33
2.1.2.1. La moda como paradigma de la transición	36
2.1.2.2. La fotografía en la España de la transición	37
2.1.2.3. La fotografía de moda en la transición española	41
2.2. Marco conceptual: la fotografía de moda en España	44
2.2.1. Fotógrafo de moda: evolución y concepto	46
2.3. Fuentes, método de análisis y material seleccionado	49
2.3.1. Fuentes	49
2.3.1.1. Fuentes bibliográficas y documentales	49
2.3.1.2. Fuentes orales	50
2.3.2. Método aplicado al análisis de las fotografías	51
2.3.3. Material seleccionado	51
2.4. Estructura de la tesis	53

3. MICHAEL WRAY Y LA IMAGEN DE MODA	54
3.1. Influencias	55
3.2. Los materiales del fotógrafo a finales de los años setenta	60
3.2.1. La película fotográfica	60
3.2.2. Tipos de cámaras	64
3.2.3. Análisis de imágenes	69
4. ESTUDIO DE CASO: REVISTA TELVA	140
4.1. Introducción	141
4.2. TELVA: 1971-1974	144
4.3 TELVA: 1975-1979	160
4.4. TELVA: 1980-1985	197
5. CONCLUSIONES	264
6. BIBLIOGRAFÍA	268
7. GLOSARIO DE TÉRMINOS	275
8. ANEXO - FUENTES	281

RESUMEN

Michael Wray (1947-) es un fotógrafo británico afincado en España desde 1974 y cuya carrera se prolongó hasta los primeros años del siglo XXI. Su trayectoria como fotógrafo profesional de moda y publicidad durante los años setenta y ochenta del siglo XX, pasa por ser una de las más prolíficas en España. La presente investigación toma como hipótesis de trabajo que la producción realizada por el fotógrafo Michael Wray en España durante la década de 1975-1985 en el ámbito de la moda, con sus aportaciones tecnológicas, técnicas y estéticas, es imprescindible para comprender el desarrollo de la imagen de moda en esta época, ejerciendo una gran influencia en un buen número de fotógrafos españoles del momento y siendo determinante para entender la naturaleza definitiva que adopta la fotografía de moda como especialidad en España.

La base de la tesis que ahora presentamos encuentra sus raíces en una investigación anterior titulada “Una aproximación a la fotografía de moda en España en la década 1975-85 a través del trabajo de Michael Wray”, en la que abundábamos sobre los elementos técnicos que introdujo en el panorama de la fotografía de moda en España. En dicho trabajo se concluía que Wray ha sido uno de los exponentes necesarios para entender el panorama de la fotografía de moda en la historia reciente de nuestro país. La investigación ponía en valor el trabajo de un fotógrafo hasta ese momento desconocido tanto en el ámbito académico como en el sector fotográfico ajeno a la publicidad y la moda. Así, Michael Wray se presentaba como un nexo entre la modernidad británica de los años setenta y la España recién salida de la dictadura. Su aportación técnica y estética resulta fundamental con la incorporación de materiales como el Polaroid en diferentes formatos o, en cuestiones de iluminación: la incorporación del flash anular o los trabajos en estudio. Wray consiguió un estilo estético particular y efectivo que resultó enormemente atractivo para las editoriales y agencias de publicidad emergentes en aquel momento. La investigación apuntaba la necesidad de continuar trabajando la figura de Michael Wray, tanto la catalogación de su trabajo, como las relaciones que se establecen con sus aportaciones en un momento social de cambio sociocultural.

Para desarrollar la investigación se ha establecido un marco contextual que reflexiona sobre la cuestión de la moda en el momento en que Wray se instala en España,

concretamente en Madrid en pleno auge la conocida “Movida Madrileña”, un movimiento que se convertiría rápidamente en un fenómeno social sin precedentes, principalmente porque supuso el reflejo del deseo de libertad de unos jóvenes, que no aspiraban a disfrutar del bienestar que habían conocido sus padres durante el desarrollismo de la década de 1960. Pero también la tesis insiste en la evolución que la moda española vivió a niveles internacionales: ya no es posible encontrar diferencia en la manera de vestir española y la del resto del mundo. Tanto es así que, en los años ochenta, se produjo un estallido del *prêt-à-porter* español, muy beneficiado por el apoyo económico del primer gobierno socialista (1982-1986). Sin embargo, aunque la idea de vender en el mundo la moda *made in Spain* no se consolidara sólidamente, sí hubo una galería de diseñadores que colocaron la producción española en cotas muy elevadas: Manuel Piña, Ágatha Ruiz de la Prada, Adolfo Domínguez, Antonio Miró o Francis Montesinos. Y es en este punto donde moda y fotografía se dan la mano en España por primera vez asistiendo al maridaje conocido como “fotografía de moda”, ésa que nos proporciona argumentos para poder determinar parámetros ideológicos, sociales y económicos. Un buen ejemplo es el cambio radical que se produce en la sociedad española tras la muerte de Franco y la llegada de la Democracia. Este momento histórico de auge económico, optimismo social y desarrollo generalizado quedó muy bien reflejado en los editoriales de moda de la época.

El auge económico que se produce en España a principios de los años setenta tiene como consecuencia, en el sector publicitario, la llegada de las primeras agencias de publicidad internacionales. Las pocas editoriales de moda que existían eran de carácter nacional y el análisis de las imágenes de moda de los años setenta permite ver, de manera muy rápida, la evolución de una sociedad que era sobria, cerrada, sometida a reglas machistas y religiosas a una sociedad que explota creativamente gracias a las influencias del exterior, y que en unos pocos años llega a fundirse con el mundo más moderno, dando como resultado fotógrafos de categoría y renombre internacional.

Para poder estudiar la figura de Michael Wray en este contexto de la fotografía de moda en España, se ha establecido una relación de intercambio de información con el propio fotógrafo mediante la cual, y en diferentes fases, se han obtenido relevantes

datos biográficos –ver entrevistas transcritas, archivos de audio y vídeo– y recopilado en torno a doscientas imágenes representativas de su trayectoria profesional de su archivo personal. De estos originales se han seleccionado para la investigación cuarenta y cinco fotografías que han sido digitalizadas y catalogadas –con gran dificultad, debido a la compleja metodología archivística de Michael Wray–. La catalogación se recoge en una ficha técnica diseñada especialmente para el análisis de las imágenes recopiladas, en la que se han registrado los siguientes datos: fecha de la imagen, cliente o editorial que encarga el trabajo, personaje que sale en la imagen si tiene relevancia social y o mediática, temática, localización geográfica y cuestiones técnicas propias de la fotografía: cámara utilizada, soporte, formato, color, tipo de plano, técnica de iluminación empleada, tipo de fondo, localización exterior/estudio y descriptores de la imagen.

Con el doble objetivo de recabar información sobre el estado de la fotografía de moda en España antes de la llegada de Michael Wray y de poder analizar las características técnicas y de estilo, así como su método de trabajo, se han visualizado alrededor de cuatrocientos ejemplares de las Revistas Telva, Dunia, Ama y Cómplice, entre los años 1970 y 1985. Las imágenes que aparecen en estas revistas se comparan cronológicamente con las fotografías catalogadas del archivo personal de Michael Wray.

ABSTRACT

Michael Wray (1947-) is a British photographer who has lived in Spain since 1974 and whose career lasted until the early years of the 21st century. His career as a professional photographer of fashion and advertising during the seventies and eighties of the twentieth century, happens to be one of the most prolific in Spain. This research takes as a working hypothesis that the production made by photographer Michael Wray in Spain during the decade of 1975-1985 in the field of fashion, with its technological, technical and aesthetic contributions, is essential to understand the development of the fashion image at this time, exerting a great influence on a good number of Spanish photographers of the time and being decisive in understanding the definitive nature that adopts fashion photography as a specialty in Spain.

The basis of the thesis we are now presenting finds its roots in an earlier research entitled "An approach to fashion photography in Spain in the decade 1975-85 through the work of Michael Wray", in which we were abundant on the technical elements he introduced into the panorama of fashion photography in Spain. This work concluded that Wray has been one of the necessary exponents to understand the panorama of fashion photography in the recent history of our country. The research valued the work of a photographer until then unknown both in academia and in the photographic sector outside advertising and fashion. Thus, Michael Wray presented himself as a link between the British modernity of the seventies and the Spain that had just emerged from the dictatorship. His technical and aesthetic contribution is fundamental with the incorporation of materials such as Polaroid in different formats or, in matters of lighting: the incorporation of ring flash or studio work. Wray achieved a particular and effective aesthetic style that was enormously attractive to emerging publishers and advertising agencies at the time. The research pointed to the need to continue working on the figure of Michael Wray, both the cataloguing of his work and the relationships established with his contributions in a social moment of socio-cultural change.

To carry out the research, a contextual framework has been established that reflects on the question of fashion at the time when Wray settles in Spain, specifically in Madrid at the height of the well-known "Movida Madrileña", a movement that would quickly become an unprecedented social phenomenon, mainly because it reflected

the desire for freedom of young people, who did not aspire to enjoy the welfare that their parents had known during the developmentalism of the 1960s. But the thesis also insists on the evolution that Spanish fashion experienced at international levels: it is no longer possible to find a difference in the Spanish way of dressing and that of the rest of the world. So much so that, in the eighties, there was an explosion of Spanish ready-to-wear, greatly benefited by the economic support of the first socialist government (1982-1986). However, although the idea of selling fashion made in Spain in the world was not solidly consolidated, there was a gallery of designers who placed Spanish production at very high levels: Manuel Piña, Ágatha Ruiz de la Prada, Adolfo Domínguez, Antonio Miró or Francis Montesinos. And it is at this point where fashion and photography come together in Spain for the first time attending the pairing known as "fashion photography," which gives us arguments to determine ideological, social and economic parameters. A good example is the radical change that takes place in Spanish society after Franco's death and the arrival of Democracy. This historic moment of economic boom, social optimism and generalised development was very well reflected in the fashion editorials of the time.

The economic boom in Spain at the beginning of the seventies led to the arrival of the first international advertising agencies in the advertising sector. The few fashion editorials that existed were of a national nature and the analysis of the fashion images of the seventies allows us to see, very quickly, the evolution of a society that was sober, closed, subject to macho and religious rules to a society that creatively exploits gracias to the influences of exterior, and that in a few years manages to merge with the most modern world, resulting in photographers of category and international renown.

In order to study the figure of Michael Wray in this context of fashion photography in Spain, a relationship of exchange of information has been established with the photographer himself through which, and in different phases, relevant biographical data have been obtained -see transcribed interviews, audio and video files- and compiled around two hundred images representative of his professional career from his personal archive. From these originals, forty-five photographs have been selected for research, which have been digitised and catalogued - with great difficulty, due to

Michael Wray's complex archival methodology. The cataloguing is collected in a technical card specially designed for the analysis of the images compiled, in which the following data have been recorded: date of the image, client or publisher that orders the work, character that appears in the image if it has social relevance and or mediática, subject, geographical location and technical issues specific to the photograph: camera used, support, format, colour, type of plane, lighting technique used, type of background, external location/study and descriptors of the image.

With the double objective of gathering information on the state of fashion photography in Spain before the arrival of Michael Wray and of being able to analyse the technical and stylistic characteristics, as well as its working method, around four hundred copies of the magazines *Telva*, *Dunia*, *Ama* and *Cómplice* have been visualised between 1970 and 1985. The images that appear in these journals are compared chronologically with the catalogued photographs from Michael Wray's personal archive.

1. INTRODUCCIÓN

*A fashion photograph is not a photograph of a dress;
it's a photograph of a woman*

Alexander Liberman

Michael Wray (1947-) es un fotógrafo británico afincado en España desde 1974 y cuya carrera se prolongó hasta los primeros años del siglo XXI. Su trayectoria como fotógrafo profesional de moda y publicidad durante los años setenta y ochenta del siglo XX pasa por ser una de las más prolíficas en España. Con un número de producciones fotográficas impensable en cualquier estudio fotográfico profesional de finales del siglo XX, y a pesar del reconocimiento de los profesionales de los ámbitos de la fotografía, la publicidad y la moda, resulta paradójicamente difícil encontrar información sobre su persona y su trabajo¹.

¿Qué hace falta para triunfar como fotógrafo de publicidad y moda? En palabras de la escritora y restauradora Magdalene Keaney, “no hay una respuesta única ni inamovible pero, el talento, la determinación, iniciativa, carisma y una considerable dosis de buena suerte contribuye a ello.” (Keaney, 2007:7-8). Este es, precisamente, el caso de Michael Wray.

El fotógrafo británico Michael Wray nace en Ismailía (Egipto) a finales de los años cuarenta. Se forma como fotógrafo en Londres, atraído por la figura del fotógrafo que transmite el filme “Blow up” (M. Antonioni, 1966). Tras estudiar tres años de Bellas Artes, empieza a colaborar con editoriales de moda y agencias de publicidad europeas a finales de los años sesenta. Como consecuencia de la crisis económica que sufre Inglaterra en los años setenta, decide trasladarse a Lisboa, ciudad con la que llevaba tiempo trabajando desde un estudio compartido en The Old King’s Road, en Londres. Wray llega a la capital portuguesa el 24 de abril de 1974, justo un día antes de la

¹ Se puede decir lo mismo del resto de profesionales de la fotografía que destacaron en los años inmediatamente anteriores y posteriores al final de la dictadura. Probablemente, al no tener su trabajo un cometido artístico y no estar en el circuito de exposiciones en galerías de arte, todos ellos han quedado relegados a un segundo plano en el ámbito académico.

Revolución de los Claveles². A pesar de realizar algunos trabajos fotográficos en Lisboa, como algunas de las primeras fotografías de desnudos femeninos para una publicación portuguesa, la situación social, económica y política del país provoca su salida de Portugal y toma la decisión de trasladarse a España. En Madrid, ya instalado en el estudio de la agencia de modelos Isasi hoy Isasi Management, Michael Wray comienza a presentar su portfolio, formado principalmente por Polaroids formato nunca vista en España hasta el momento a diferentes editoriales de moda. Su trabajo fotográfico, muy diferente a lo que se hacía en Madrid en este momento, y su conocimiento de los idiomas francés e inglés le permiten introducirse en editoriales como Ama, Cómplice y, sobre todo, Telva. Además, Wray colabora con agencias de publicidad internacionales que llegaban a España, principalmente norteamericanas.

Su estilo empieza a destacar: mujeres en movimiento, fondos blancos, flash anular, mucha luminosidad, contraluces, vitalidad en la imagen...: "Lo que quería era pasármelo bien haciendo fotos de moda" (M. Wray). En torno a 1978, Wray abre su propio estudio en la calle Ministriles, donde se queda hasta finales de los ochenta. En este momento, la situación de los fotógrafos en Madrid era muy extraña, según el propio Wray pues, de un entorno abierto y estimulante como el de Londres, donde los fotógrafos jóvenes convivían, aprendían y compartían información técnica con los más expertos y reconocidos, había pasado a un entorno, el de Madrid, donde ocurría todo lo contrario: individualismo, asociaciones de fotógrafos enfrentadas, envidia profesional³. En su estudio es donde Wray empieza a organizar fiestas con el objetivo de integrar a los fotógrafos españoles en un ambiente más profesional, dando a conocer su proceso de trabajo y ayudando a otros compañeros con préstamo de material o enseñando su técnica.

2 La Revolução dos Cravos es el nombre del alzamiento militar ocurrido en Portugal el 25 de abril de 1974 y que culminó con la finalización de la dictadura de Antonio de Oliveira Salazar.

3 El fotógrafo Nacho Pinedo señala que el ocultismo en torno al trabajo individual del fotógrafo tiene su origen en el "truco" que cada uno utilizaba. En España, el fotógrafo era un personaje cuyo trabajo estaba basado en un truco (el uso de una media sobre el objetivo, vaselina...). Y esto es lo que llevaba al mutismo profesional, porque el truco era su secreto, y descubrir el secreto o compartirlo implicaba que se podía perder un trabajo. Es un síntoma del estado de la sociedad española del momento y algo ciertamente cultural. Mientras que, en un país como el Reino Unido, compartir una ventaja técnica es visto como una oportunidad de mejora, en España es visto con temor y recelo profesional.

En poco tiempo Wray se hace con una cuota de mercado importante siendo pionero y creando tendencia en las grandes producciones de moda y publicidad, trabajando para las principales editoriales nacionales e internacionales de España, como Vogue, Elle, Glamour, Interviú, Telva, El País Semanal, El Corte Inglés, Cortefiel, L'Oreal, Elena Benarroch, por mencionar los principales. Su trabajo en España entre los años 1975 y 1995 le han convertido en uno de los fotógrafos más prolíficos del panorama de la fotografía de moda hecha en España. El volumen de su trabajo, de hasta tres y cuatro producciones diarias, le impidió dedicar tiempo y esfuerzo a una obra personal que, de haber entrado en el circuito artístico, le habría posicionado en un ámbito de mayor prestigio.

Michael Wray ha sido coetáneo de grandes autores de la fotografía de moda en España, desde Juan Gatti, a los hermanos Javier y Valentín Vallhonrat, Miguel Oriola, o Alejandro Cabrera, y maestro de muchos de los fotógrafos que actualmente publican en las principales editoriales de moda en Europa. En 2004 se retira de la profesión abatido por los cambios ocurridos en la profesión producto de la crisis económica, la guerra de precios y el intrusismo. Actualmente reside en Valverde de Leganés (Badajoz).

1.1 Hipótesis de trabajo

En los años setenta del siglo XX la fotografía de moda en España, como especialidad, no existía. Al contrario de lo que ocurría en países como Francia, Reino Unido o Estados Unidos, donde publicaciones de referencia como Vogue, Cosmopolitan o Harper's Bazaar publicaban imágenes en las que ya se reconocía el nuevo tiempo de la fotografía de moda, asociada al estilo propio de cada fotógrafo, en España, el fotógrafo de moda era un profesional multidisciplinar –moda, publicidad, fotografía industrial, etc.– que adaptaba su destreza técnica al medio para el que era contratado pero que, debido a su escasa formación, al aislamiento político de España durante la dictadura franquista y a la falta de experiencia, era poco conocedor de las particularidades del mundo de la moda y, por extensión, de la especificidad de la imagen de moda. Esta situación cambia a mediados de la década de los setenta y, gracias al éxito comercial de publicaciones de moda como Telva, Ama, Dunia o Cómplice, la cantidad y la calidad de la producción fotográfica de moda en España fue en aumento.

En este contexto, la presente investigación toma como hipótesis de trabajo que la producción realizada por el fotógrafo Michael Wray en España durante la década de 1975-1985 en el ámbito de la moda, con sus aportaciones tecnológicas, técnicas y estéticas, es imprescindible para comprender el desarrollo de la imagen de moda en esta época, ejerciendo una gran influencia en un buen número de fotógrafos españoles del momento y siendo determinante para entender la naturaleza definitiva que adopta la fotografía de moda como especialidad en España.

1.2 Objetivos

Los objetivos planteados son:

1. Análisis del estado de la fotografía de moda desde la decadencia de la dictadura pasando por la etapa de transición política, económica y cultural, hasta la irrupción de la “movida madrileña” hacia 1980, a través del estudio de las características técnicas y de constantes de estilo del fotógrafo Michael Wray y sus contemporáneos.
2. Análisis de la imagen de moda a partir del estudio de los números editados por la revista Telva entre los años 1971 –antes de la llegada de Michael Wray a España– y 1985 –momento en el que Michael Wray acapara gran parte de la producción–.
3. Determinar la influencia de Michael Wray en los fotógrafos españoles contemporáneos y en la constitución definitiva de la fotografía de moda como especialidad en España.

1.3. Estado de la cuestión

La investigación realizada con anterioridad sobre la figura del fotógrafo Michael Wray titulada "Una aproximación a la fotografía de moda en España en la década 1975-85 a través del trabajo de Michael Wray"⁴, abundaba sobre los elementos técnicos que introdujo en el panorama de la fotografía de moda en España. En dicho trabajo se concluía que Wray ha constituido uno de los exponentes necesarios para entender el panorama de la fotografía de moda en la historia reciente de nuestro país. La investigación ponía en valor el trabajo de un fotógrafo hasta ese momento desconocido tanto en el ámbito académico como en el sector fotográfico ajeno a la publicidad y la moda. Así, Michael Wray se presentaba como un nexo entre la modernidad británica de los años setenta y la España recién salida de la dictadura. Su aportación técnica y estética resulta fundamental con la incorporación de materiales como el Polaroid en diferentes formatos o, en cuestiones de iluminación, la incorporación del flash anular a los trabajos en estudio. Wray consiguió un estilo estético particular y efectivo que resultó enormemente atractivo para las editoriales y agencias de publicidad emergentes en aquel momento.

La investigación apuntaba la necesidad de continuar trabajando la figura de Michael Wray, tanto la catalogación de su trabajo, como las relaciones que se establecen con sus aportaciones en un momento social de cambio sociocultural. Para ello se establece un estado de la cuestión que abunda en las reflexiones sobre la moda, su relación con la fotografía y el contexto social en el que se desarrolla el trabajo de nuestro objeto de estudio. Para ello serán referencias esenciales aquellos trabajos que analizan la mirada fotográfica con trabajos como *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. (MARZAL, J., 2008); *Fotografía Publicitaria* (EGUIZÁBAL R., 2006); *Tras la imagen. Investigación y práctica en fotografía* (FOX, A. y CARUANA, N., 2014); *Estética fotográfica, Una selección de textos* (FONTCUBERTA, J., 2013); *Contexto y Narración en fotografía* (SHORT M., 2013); *Cómo leer una fotografía* (SALKELD, R.,

4 Trabajo de Investigación de Fin de Máster dirigido por la Dra. María Jesús Velasco. Máster Universitario en Patrimonio Audiovisual: Historia, Gestión y Recuperación, 2014 UCM

2014). También resultan esenciales trabajos que provocan el análisis y la reflexión en torno a la moda como los trabajos de LIPOVETSKY, G. (2007) *La felicidad paradójica* o (1996) *El imperio de lo efímero; Víctimas de la moda* (ERNER, G.,2005). O aquellas investigaciones que repasan la relación entre fotografía y moda como la tesis doctoral de CASAJUS, C., (1993), *Historia de la fotografía de moda*, o fotografía y publicidad, como la investigación realizada por MARCOS, M., (1996), *Estética de la fotografía publicitaria en España: 1975-1995*, que abunda en la imagen publicitaria durante la transición española.

2. METODOLOGÍA

2.1. Marco contextual

2.1.1. Contexto histórico de la moda

Podemos decir que las causas que producen un cambio radical en la moda y en la fotografía a finales de los años setenta y en toda la década de los ochenta son esencialmente las mismas, a saber, que si la moda deja de ser simplemente “lo relativo al vestir” y la fotografía la técnica que permite capturar la realidad sin alterarla, es debido, fundamentalmente, a que se produce un cambio en el modo de entender el mundo en el que ya no tiene cabida una concepción moderna del mismo. Como resultado, se produce una relación íntima entre moda y fotografía que dará como resultado una fusión indivisible para la posteridad: la “fotografía de moda”. Esto no quiere decir que anteriormente no existiera la “fotografía de moda” como tal sino que lo que se llamaba así era una especialización profesional destinada a ilustrar un producto de primera necesidad en revistas especializadas. Es decir, si la fotografía había sido uno de los medios (junto con la ilustración gráfica) para generar imágenes del vestir –moda–, imágenes que “mostraban” un producto, a partir de este momento la fusión que se establece entre moda y fotografía facultará que el vestir se una definitivamente a la imagen que se genera de él, creando una compleja estructura que reorganiza el modelo de producción, proporciona nuevos enfoques creativos y, sobre todo, crea nuevas necesidades a los consumidores.

Evidentemente, estamos en un momento histórico donde se consolida la sociedad de consumo, donde la generación de nuevas imágenes formales de la cultura se correlaciona con el nuevo tipo de vida social y orden económico (Jameson, 1998:3) y donde “la moda es arbitraria, cíclica y no agrega nada a las cualidades intrínsecas del individuo” (Baudrillard, 2009:115)⁵. Por eso, tal y como afirma Montserrat Herrero (2002), “capitalismo y moda son realidades que se retroalimentan”.

5 Aunque más adelante nos referiremos a Lipovetsky, es interesante adelantar aquí que mientras Baudrillard ve un origen económico en la moda, aunque esta sea estética en sus efectos, Lipovetsky “subraya explícitamente su origen estético” (González, 2003).

Queda atrás la era de la modernidad, donde la historia era concebida “como un proceso progresivo de emancipación, como la realización cada vez más perfecta del hombre ideal” (Vattimo, 2003:10). Algo que sólo tiene sentido con una concepción del tiempo que determina un estado cada vez más avanzado de tal forma que sólo existe historia (como “proceso unitario”) si se puede hablar de progreso. Debido a esto, la modernidad dejaría de existir en el momento en el que (por diferentes razones) desaparece la posibilidad de hablar de historia. Así, el dominio (en todos los niveles) de Occidente se viene abajo, toman la palabra subculturas antes mudas, se hace realidad el poder de los medios de comunicación, entre otros, son factores que determinan el paso a una “sociedad postmoderna” en la que es imposible concebir “el mundo de la historia según puntos de vista unitarios.” (Vattimo, 2003:14). Y esta nueva sociedad se relaciona directamente con el concepto de deconstrucción crítica de la tradición según Hal Foster (1985) o “deconstrucción y desenmascaramiento de la razón ilustrada como respuesta al proyecto modernista”, en palabras de Wellmer (Vattimo, 2003:65), por citar algunos⁶.

2.1.1.1. La “moda plena”

Después de realizar un recorrido por la historia de la moda de Occidente, hasta la Alta Costura y el prêt-à-porter, Lipovetsky (1996) hace un análisis de la sociedad contemporánea, caracterizada como un sistema económico arrastrado por una espiral en la que reina la innovación y donde la caducidad se acelera. En este contexto, los tres principios sobre los que se sustentaba la Alta Costura –“iniciativa e independencia del fabricante en la elaboración de los artículos, variación regular y rápida de las formas, proliferación de modelos y series”– pasan a constituir “el meollo mismo de las industrias de consumo. El orden estético-burocrático domina la economía de consumo, reorganizada en el presente por la seducción y la caducidad acelerada. La industria ligera es una industria estructurada a imagen y semejanza

6 Siguiendo con esta relación entre historia y postmodernidad, Jürgen Habermas se refiere en un sentido parecido al afirmar que con la postmodernidad “la memoria histórica es sustituida por la afinidad heroica del presente con los extremos de la historia, un sentido del tiempo en el que la decadencia se reconoce de inmediato en lo bárbaro, lo salvaje y lo primitivo” (Foster, 1985:22) y observa una “intención anarquista de hacer estallar la continuidad de la historia”.

de la moda” (Lipovetsky,1996:179-180). De este modo, la ley de seducción, otrora dominante en las clases más adineradas, se apodera de los consumidores en masa. La consecuencia de esta radicalización frenética de cambios, de esta inestabilidad y precariedad de los objetos industriales, es la aparición de la “forma moda” que se extiende a toda la industria de consumo. Y es aquí donde la publicidad extiende sus largos tentáculos, “saca las uñas” (Lipovetsky,1996:209), ya que “engendra a gran escala el deseo moda”:

“Y de paso, la significación social del consumo se ha transformado para la mayoría: al glorificar las novedades y desculpabilizar el acto de comprar, la publicidad ha restado crispación al fenómeno del consumo (...). En el presente, todo el consumo se despliega bajo el signo de la moda; esta se ha convertido en una práctica ligera que ha asimilado la legitimidad de lo efímero y la renovación permanente.” (Lipovetsky,1996:224)

Pues bien, este contexto define la época de la moda plena, “tributaria al alza de un cierto número de significaciones sociales a cuya cabeza se encuentran la exaltación y la legitimidad de las novedades” (Lipovetsky,1996:206-207). Y hay que tener muy en cuenta esto, pues la industria de la Moda en la modernidad, la Alta Costura, se transforma a finales de la década de los setenta y durante los ochenta en otra cosa, cosa que a su vez es paradigma de la sociedad de consumo, lo que Lipovetsky denomina la “forma moda”.

Pero, ¿cuáles son esos cambios en la Moda? El mismo Lipovetsky se refiere a ello en la primera parte de su libro. El prêt-à-porter, la imitación moderada de las formas innovadas por la Alta Costura, fue escasamente creativo en materia estética a finales de los años cincuenta. No es hasta la década de los sesenta cuando impone su verdadera personalidad, fundamentalmente por la aparición de una serie de creadores –estilistas– que ya no pertenecían a la Alta Costura: Daniel Hechter, Cacharel, Mary Quant, Christiane Bailly o Michèle Rosier, entre otros.

“En los años setenta y ochenta, una segunda y tercera oleada de estilistas impulsaron las innovaciones más notables en la moda profesional. Kenzo dinamizó la moda a finales

de los setenta con sus cortes planos derivados de los kimonos, su gusto por los colores y las flores, y su maridaje entre lo oriental y lo occidental. Mugler presentó un arquetipo femenino de cine y ciencia ficción. Montana creó vestidos impresionantes por su volumen y la anchura de los hombros. Chantal Thomass revela una silueta elegante y picara, decente e insolente. J.-P. Gaultier jugó a ser el enfant terrible de la fashion manejando el humor, la burla y la mezcla de géneros y épocas. Los creadores japoneses Issey Miyaké y Rei Kawakubo han hecho oscilar la estructura tradicional del vestido. Algunos de ellos y otros (P. Moréni, Sonia Rykiel, A. Alafa, etc..) se unieron desde 1975 al establishment de los grandes modistos: son designados Creadores de Moda.” (Lipovetsky,1996: 122-123)

Lo que evidencia las nuevas tendencias de la moda en esta época es que la apariencia⁷ “ya no es un signo estético de distinción suprema” (Lipovetsky,1996:141). Los excesos de estas nuevas formas abren un abismo con la apariencia media, un modo contestatario con los dictados oficiales de la moda que llega al límite de reivindicar la fealdad. A pesar de ello, Lipovetsky duda de que se pueda hablar de “anti-moda”⁸ pues, aunque se crean unas normas “hostiles a los cánones oficiales (...) lejos de arruinar el principio de la moda, no han hecho sino enriquecer y diversificar su estructura general” (Lipovetsky,1996:142). El cambio en la moda es el de un nuevo sistema de la moda, caracterizado por una “fragmentación polimorfa” muy en sintonía con una sociedad –open society– en la que se instaura, en todos sus ámbitos, lo flexible, la hiperelección y las fórmulas a la carta. Un nuevo sistema de la moda que se establece bajo la lógica de la opción y lo lúdico, esto es, escoger entre una multitud de modelos de indumentaria y escoger entre los principios más incompatibles de la apariencia, respectivamente.

“Así es la moda abierta, la segunda fase de la moda moderna, con sus códigos heteromorfos y

7 “La “moda”, efectivamente, representa una peculiar articulación, basada en las apariencias, de eso que Kant describió una vez como “la insociable sociabilidad humana”, es decir la inclinación que tan pronto nos lleva a asociarnos a nuestros semejantes como a destacarnos de ellos.” (González, 2003)

8 Así lo llama, por ejemplo, Julia Emberley: “...la antimoda puede tener un éxito esporádico e intermitente en la exposición de los discursos de la moda dominante y represiva del “estilo de vida...” (1987:49); o Federico Medina Cano, al referirse a la moda “retro” como “una forma de antimoda o no-moda: es una parodia en la que resalta, más que el respeto a la norma, la risa y la ruptura” (2008:24); etc.

su no-creatividad, cuyo ideal supremo es lo que hoy llamamos look.” (Lipovetsky, 1996:143)⁹

2.1.1.2. Estilo y moda posmodernos

Para Steve Connor (1996), la pretensión de la moda en la modernidad fue la de “racionalizar el traje”, basándose en la pureza, la funcionalidad y el odio al ornamento superfluo de las obras de arquitectos como Mies van der Rohe o artistas como Piet Mondrian. Es más, “es posible incluso la concepción de algo parecido a un “cuerpo moderno”, la figura femenina esbelta y funcional de 1920, liberada del corsé y la parafernalia del ornamento pero obligada también a prestar atención a su cuerpo mediante el sacrificio interior de la dieta y el ejercicio” (Connor, 1996:138).

En cambio, la ruptura postmoderna propone “un regreso al ornamento, a la decoración y el eclecticismo estético (Connor, 1996:138), algo que ya se empezaba a manifestar desde la década de los sesenta. En este sentido, Connor se alinea con la historiadora de la moda en la modernidad Elizabeth Wilson, quien “contempla una congruencia particular entre la “sensibilidad fragmentada” de la moda contemporánea, con su “...obsesión por la superficialidad, la novedad y el estilo por el estilo...” y una estética postmoderna del fragmento” (Connor en Wilson, 1996:138) (en concordancia con la “fragmentación polimorfa” de la que habla Lipovetsky, y de la hemos hablado más arriba). Esto se traduce en la aparición de formas culturales marginales u oposicionales –estilo subcultural– que al mismo tiempo que desafían el régimen cultural (capitalista) dominante son alimentadas por este. Es más, como apunta Dick Hebdige, “la industria de la moda estimula su propio mercado [el de estas formas subculturales], a un mismo tiempo, consume la energía de su víctima subcultural” (Hebdige en Connor, 1996:140)¹⁰.

9 Como se ha visto, Lipovetsky aborda el papel de la moda desde una posición en la que ya no tiene cabida el consumo jerárquico de la misma y sí un consumo placentero y cómodo. Esta posición “individualista” y “multicultural” convivió en su momento con la posición ideológica de algunos autores de la escuela francesa –Pierre Bourdieu y Jean Baudrillard–, para los que uno de los conceptos básicos que caracterizan el papel de la moda en las sociedades avanzadas es el de la diferenciación. Para más información al respecto, ver “La moda en las sociedades avanzadas” (Martínez Barreiro, 1998).

10 Connor explica los problemas de incorporación de los desafíos subculturales según los aprecia Dick Hebdige en “Subculture: The Meaning of Style”, London: Methuen, 1979.

No podemos olvidar que, tal y como afirma Federico Medina Cano (2008), “el vestir es una práctica corporal contextualizada” (Medina, 2008:16), y en este momento histórico, el cuerpo adquiere una importancia relevante en todos ámbitos de la vida, particularmente en las nuevas formas subculturales, pues necesitan definirse estética e identitariamente. Y con la moda “se hacen presentes la estética y el hedonismo, el culto por el cuerpo (los juegos del cuerpo), la omnipotencia de lo sensorial y lo emocional” (Medina, 2008:18). El mestizaje, la libertad y lo ecléctico se imponen en los nuevos procesos de subjetivación. El usuario al vestirse mezcla estilos –no existe El (con mayúsculas) estilo–, materiales y tendencias, y al hacerlo ya no tiene en cuenta –como mandaban los estrictos códigos de antaño– las categorías de sexo, edad, clase social, raza, jerarquía, diferencias culturales o étnicas que el vestido pueda comunicar (Medina, 2008:19). Aparecen nuevos valores como confort y narcisismo que no hacen más que asentar la nueva cultura individualista de la que habla Lipovetsky. El predominio del gusto asociado a las tendencias desaparece en beneficio de una dinámica inestable que juega con los límites y el exceso. Si se puede hablar de tendencias es desde un ámbito underground. Y aquí retomamos el concepto de “look a la carta” en Lipovetsky: las personas llevan lo que les da la gana pues lo que no se acepta es la imposición de un canon. “En el vestir impera lo decorativo, lo lúdico, lo teatral, el juego de imágenes” (Medina, 2008:22), una informalidad que hace que la moda deje de pensarse como disciplina. La moda es una creación dominada por el pastiche, el collage, el injerto, la cita y la alegoría (Medina, 2008:22). Así, las propuestas de las revistas de moda o de los desfiles consagran este culto al exceso que en realidad no se corresponde con una nueva vanguardia, sino más bien con escándalos que provocan burla:

“La moda sideral que se inspira en el futuro o en las series de ciencia ficción (la mujer que aprisiona su cuerpo de escamas metálicas, o el hombre “robocop”), la moda del apocalipsis atómico, de “un día después” (la mujer harapienta y lúgubre que se pasea por encima de las cenizas del holocausto nuclear), la moda ecológica con materiales antiguos, el neoruralismo o neopauperismo, los vestidos con tejidos químicos y experimentales, la moda que exhibe la desnudez como una forma más del vestido (en la nimbada y helada belleza

de las “top models”), (Laurenzi, Laura), que deja los senos al descubierto o las propuestas con traseros abultados o jorobas, esas modas, en fin, son propuestas que con su afán de provocación pura son rechazadas...” (Medina, 2008:23)

En el día a día, el usuario utiliza prendas de deporte o relativas a los oficios más variados, como los uniformes militares, por ejemplo. La función de la prenda utilitaria se suaviza al transformarla en atuendo de moda, una expresión desenfadada y anti costumbrista. El jean es la prenda universal: puede ponerse con cualquier cosa, incluso con corbata; se pueden llevar sandalias sin medias; utilizar pantalones para hacer deporte; ponerse camisa de leñador y botas militares... Las combinaciones son infinitas.

Por último, también hay una apropiación (a veces paródica) de vestuarios y formas corporales provenientes de otras culturas diferentes a la occidental:

“las formas de vestir, de peinarse o de maquillarse de algunas culturas asiáticas o africanas, las telas o tejidos artesanales confeccionados con materiales de procedencia animal o vegetal de algunas comunidades indígenas americanas, los tatuajes transitorios hechos con tinturas vegetales o minerales, por ejemplo, se incorporan al vestuario o a la cosmética, se mezclan con elementos contemporáneos y de alta tecnología. Se “fagocitan” y se resemantizan. Lo que en cada cultura cumple funciones rituales o ceremoniales, lo que es valorizado por la tradición en cada contexto, al traerlo a la época actual y ponerlo al lado de elementos no compatibles se parodia y se transforma en un elemento extraño para la cultura de donde procede.” (Medina, 2008:25)

2.1.2. La “movida madrileña”: un reflejo de la nueva España democrática

Partimos de la premisa de que “la posmodernidad en España coincide y se hace posible con la muerte de Francisco Franco” en 1975 (Vilarós, 1998:25). Entre la España de la dictadura franquista y la de la integración en Europa se va a dar esa otra España

que ha sido conocida como la de la transición y que, en realidad, hace referencia a un período de “exceso” político, social y artístico. Un exceso que, como veremos, ocultaba incertidumbre y desencanto tras un relato en el que la nueva etapa histórica se caracteriza por un proyecto que pretende “cancelar el pasado inmediato para así poder pensar y vivir la transición democrática como un momento de fundación y origen, sin ataduras con su anterioridad.” (Moreiras Menor, 2010:121)

“Eran los años de la crisis internacional del petróleo, que había acabado con el sueño occidental de un desarrollo imparable basado en la energía barata. En las calles de las ciudades españolas empezaron a aparecer muchas cosas nuevas: protestas ciudadanas, paro masivo, riesgo de involución, una gran violencia a derecha e izquierda. Una nueva forma de ver el mundo parecía estar surgiendo en el pueblo español después de casi cuatro décadas de letargo. El panorama era oscuro. Sin embargo, estaba a punto de producirse un estallido de color: la Movida madrileña” (Lechado, 2013:15)

Ya antes de 1975 comenzaron a aparecer en Barcelona minorías subterráneas y vanguardistas, movimientos residuales que podemos asociar al postmodernismo.¹¹ En Madrid, no es hasta muy avanzados los años setenta cuando empieza a manifestarse esta misma vanguardia en un movimiento que va a ser conocido como la “movida madrileña”¹². Un movimiento que se convertiría rápidamente en un fenómeno social sin precedentes¹³, principalmente porque, parafraseando a José Luis Lechado, era el reflejo del deseo de libertad de unos jóvenes que ni querían vivir como sus abuelos

11 “Es sobre todo la Barcelona gay de los cómics sadomasoquistas de Nazario, de las exposiciones y exhibiciones perversas del pintor Ocaña (...), de las represiones teatrales del Saló Diana (...) y de los “excesos” de la sala de baile Jazz Colón...” (Vilarós, 1998:24)

12 Es muy interesante el debate que se deriva en torno a la calidad simbólica de la producción cultural y/o artística de esta época. De una parte, autores como Vilarós, afirman que la movida no se corresponde con una “gran experiencia artístico-literaria” ni con un “glamour neovanguardista” y sí más con una gradilocuencia exagerada atribuida a “la institucionalización y capitalización de un proceso simbólico que se identifica prontamente como producto mercantilizable” (1998:25). De otra parte, autores como José Luis Lechado critican esta postura y reivindican el afán creativo de los ochenta “mucho más intenso y constante que lo que vino después” (2005:131), afirmando que “las personas que creaban querían ofrecer sus ideas y sus partos a la mayor cantidad de público. Y de paso, obtener algo a cambio: dinero, popularidad, una vida más cómoda y lujosa. ¿Por qué no? Ni siquiera en el paraíso de las artes se vive del aire y, ya que estamos, más bien habría que recordar que la creación artística requiere una dedicación exclusiva que, en la mayor parte de los casos, no se ve compensada adecuadamente” (2005:132).

13 No desarrollaremos aquí ni el contexto histórico de la transición ni la movida madrileña como fenómeno social y cultural, sino que nos limitaremos a inscribir ambos en el cambio de paradigma cultural que supone la posmodernidad. Para más información de lo primero se recomienda la lectura del segundo capítulo de la tesis doctoral “El futuro ya está aquí. Música pop y cambio cultural en España. Madrid 1978-1985” (Fouce Rodríguez, 2002:14-113).

ni aspiraban a disfrutar del bienestar que habían conocido sus padres durante el desarrollismo de la década de 1960 (2013:18). El año 1975 representa el fin de una utopía que había germinado al amparo de una “superestructura cultural de resistencia a la dictadura”, constatando el advenimiento de una nueva época caracterizada por el desencanto (Vilarós, 1998:27). Así, la movida madrileña será la consecuencia de “una necesidad visceral y espontánea, producto más quizás de un requerimiento inconsciente de la época que de una reflexión intelectual”¹⁴. Es la manifestación de un síndrome de abstinencia pues la experiencia de una dictadura de cuarenta años no puede ser olvidada sin más (aunque sólo sea por el poso que deja en la memoria), de la misma forma que de una droga como la heroína –el “caballo” es uno de los paradigmas de este desencanto generacional en las diferentes “movidas” de la España postfranquista– no se puede salir fácilmente mediante una cura médica o una terapia. La “movida” representó el exceso, la ruina, la alucinación, la muerte, el espasmo del éxtasis y la alegría del reconocimiento. Lo que se celebraba es lo que Vilarós denomina “un estado de expansión”

La expansión de la movida parte del reconocimiento fundamental de que no hay satisfacción futura. Palabra y sentido, gesto y sentido, signo y sentido se encuentran en una gélida región del silencio, porque se ha reconocido ya que no hay nada que entender, nada que esperar, nada que pueda asegurar recompensa una vez diferida la satisfacción del deseo (Vilarós, 1998:34).

Esta es la consecuencia que dejó la muerte de Franco, una secuela postmoderna entendida en un sentido universal pero también circunscrito a las peculiaridades del fin de esa utopía cultural de resistencia a la dictadura. La situación en España en estos años se corresponde al enfrentamiento con la ausencia definitiva de un paradigma particular –el que representaba la política franquista– que coincidiendo con otros sucesos a nivel mundial –el fin de la guerra de Vietnam, la crisis del petróleo de 1973, etc.– aceleró un proceso que ya está en marcha a nivel global (Vilarós, 1998:104). Como ya se ha afirmado, el fin de la modernidad se significa en la caída de las grandes

14 Palabras de Jorge Berlanga recogidas en (Gallero, 1991:62)

narrativas –Lyotard– y España, con su inmediatez voraz y repentina, es objeto de la mirada occidental como un reflejo de ello: “la España de hoy es sin duda uno de los modelos de sociedad posmoderna” (Vattimo, 1990:67).

Pero en España, como nos recuerda Vilarós, “la producción posmoderna de conocimiento y cultura, los re-arreglos, re-escrituras y resituaciones gestionadas en el período de la posdictadura” (...), pasarán por el compromiso del olvido, por la venta histórica, la institucionalización cultural y la corrupción estatal” (Vilarós, 1998:108)¹⁵. Y a pesar de que en este tiempo se celebraba y apoyaba institucionalmente unas prácticas culturales que eran la manifestación celebratoria del fin de la dictadura, resultaba imposible ocultar ese desencanto tan característico de la era posmoderna y que en España fue el producto de la transición democrática.

2.1.2.1. La moda como paradigma de la transición española

En 1975 muere Francisco Franco y a partir de entonces, la integración de España en Europa culmina a pasos agigantados. Ya no es posible encontrar diferencia en la manera de vestir española y la del resto del mundo (Descalzo y Leira, 2013). Tanto es así que, en los años ochenta se produjo un estallido del prêt-à-porter español, muy beneficiado por el apoyo económico del primer gobierno socialista (1982-1986). Sin embargo, la idea del gobierno de vender en el mundo la moda made in Spain “chocó con una gestión errónea y sólo fueron capaces de crear una industria imprescindible para consolidar su firma algunos de los muchos nombres que surgieron (Narváez y otros, 2003). Entre los más diseñadores más destacados Manuel Piña, Ágatha Ruiz

15 “La cultura de finales de los 70 y comienzos de los ochenta se construye desde la hegemonía oficial como una representación ‘pura’ del momento presente, sin interés por el pasado, atendiendo únicamente a un presente que debe ser celebrado por su ruptura con la dictadura y la violencia que esta provocó (...) Durante los años de la Transición, la producción literaria, fílmica y artística (la fotografía, la pintura, los libros de cómics, la música, etc.), o más concretamente, aquella producción que tiene más éxito y repercusión en la vida cultural del país, se ‘vende’ bajo la constelación de ‘nuevo’: la nueva literatura femenina, el nuevo cine, la nueva fotografía, la nueva música (la Nueva Ola), el nuevo diseño, etc. Tal novedad está íntimamente enlazada, obviamente, a esa nueva España en proceso de democratización, europeización y espectacularización. La novedad (que no apunta a otra cosa que a un deseo de ruptura con la historia y, como consecuencia, a la implantación de la desmemoria como discurso dominante) se convierte así en un proyecto colectivo, liderado por las políticas culturales institucionales y compartido tanto por conservadores como por la ex-oposición franquista bajo un pacto de consenso destinado a reformar la vida española. De algún modo, el consenso (el pacto de silencio) rubrica el lema de que con la muerte de Franco muere el franquismo y con él la identidad cultural y nacional que dominó al país cerca de cuarenta años.” (Moreiras Menor, 2010:121-122)

de la Prada, Adolfo Domínguez, Antonio Miró o Francis Montesinos, considerados por sus propuestas vanguardistas, por su transgresión en el uso de tejidos por la espectacularidad de sus puestas en escena a través de sus desfiles o por la modernidad de sus diseños que se reapropian del imaginario español.

2.1.2.2. La fotografía en la España de la transición

Como ya hemos señalado, en este momento histórico la fotografía deja de ser vista como una técnica que permite capturar la realidad sin alterarla y empieza a manifestarse como una reacción a la “autorreferencia estética” del fotógrafo de la modernidad. Sería una “fotografía-en-el-mundo”, una fotografía comprometida, que reconoce “la contingencia de códigos culturales y [abarca] los diversos usos fotográficos de la cultura de masas” (Connor, 1996:75).

Históricamente, la importancia de la fotografía había recaído tanto en la producción final de un objeto absolutamente independiente –“La” fotografía– como en las formas en las que este objeto encerraba la propia subjetividad del fotógrafo. Es decir, la fotografía de la modernidad unía dos nociones en principio contradictorias: por un lado, se trataba como un arte impersonal ensimismado en la idea de que la mano del artista apenas intervenía, y por otro, un arte saturado por la personalidad del artista¹⁶. Pues bien, la fotografía postmoderna vendría a reemplazar este ámbito restringido de la modernidad –caracterizado por la “subjetividad heroica” del fotógrafo y la pureza y esencia del objeto que produce– por un ámbito más abierto “que abarca las condiciones contingentes que atienden a la fotografía como práctica social” (Connor, 1996:76). El ejemplo más claro sería el trabajo de Sherrie Levine y sus conocidas fotografías de fotografías de Edward Weston o Walker Evans. Lo que consigue Levine con su obra es eliminar “el culto a la personalidad del autor” mediante un acto estratégico de apropiación, al mismo tiempo que cuestiona la obra de arte original y su reproducción pública.

16 Connor apunta que esta contradicción puede explicarse, pero no resolverse, “pues tanto el culto a la imagen pura como al artista fabricante eran una exigencia para señalar la distinción entre la fotografía artística y la amenazadora ubicuidad de la fotografía como práctica popular” (Connor, 1996:75-76).



Figura I. Serie "Peluquería," Ouka Lele, 1982

Este aspecto de la fotografía como práctica social se reflejará en España en fotógrafos como Ouka Lele, Alberto García Alix, Miguel Trillo o Pablo Pérez Mínguez, quienes van a convertirse en los representantes más destacables de la producción fotográfica en el período que va desde la muerte de Franco hasta mediados de los ochenta. Sus fotografías responden, al igual que el resto de las prácticas artísticas en torno a la “movida” de Madrid (o de Barcelona o de Vigo), a ese exceso celebratorio característico del momento, como se ha apuntado más arriba: “desde una distancia que transforma al sujeto histórico el fotógrafo en sujeto espectacular y eminentemente consumista” (Moreiras, 2010:124).

Sin embargo, alineándonos con la posición de Moreiras Menor, para quien estos fotógrafos, así como el resto de los artistas de la movida, no producen únicamente fotos comprometidas con las lógicas espectaculares, sino que presentan además “zonas de conflicto”:

“Sus fotografías representan, o así lo parece, sujetos estables con identidades firmes, ciudades alegres y modernas, e interpretaciones desideologizadas de la realidad social. Todos ellos, junto con otros artistas (...) establecen en sus obras pautas para la construcción de las ‘nuevas’ identidades, siempre cimentadas en la cultura de la imagen y la apariencia y representando un sujeto enganchado y alienado en las lógicas del espectáculo, desde las que contemplan la realidad espectacular. Para este sujeto espectacular, la historia (la memoria del pasado reciente) no interesa y por tanto hay un deseo activo de dejarla fuera del pensamiento y de la representación.” (Moreiras, 2010:124).

Es decir, al mismo tiempo que ponen de manifiesto el exceso espectacular, firme e identitario de la nueva España democrática –por otra parte, un velo opaco que oculta un desencanto más que evidente–, sus fotografías también cuestionan los problemas que emanan de este pensamiento espectacular, “ese que parece constituirse a partir de la idea del fin de la historia, de la integración sin quiebras en la posmodernidad y en las lógicas del simulacro y de la imagen. La aparente banalización de sus objetos artísticos puede estar al servicio de la puesta en marcha

de una mordaz y profunda crítica a los parámetros en los que su misma producción está inmersa” (Moreiras, 2010:124).

El mismo Pérez Mínguez se refiere a la frivolidad y superficialidad que en aquel momento reivindicaban todos los actores protagonistas de la movida como la forma “seria” por excelencia desde la que expresarse y reflexionar:

“Haber sacado la frivolidad es uno de los grandes éxitos de la Movida. Sobre todo, para la España de ese momento (...) Fue una válvula de escape, una de las canoas que nos permitió recorrer los ríos más maravillosos. Bendita frivolidad y difícil frivolidad. . . Esa frivolidad es mucho más seria y mucho más eficaz que la mayor de las seriedades.” (Gallero, 1991:83)

Incluso esta frivolidad tuvo como consecuencia un apoliticismo que, como ha señalado el cineasta Pedro Almodóvar, era una consecuencia “muy sana a toda una actividad política nefasta que no había conseguido nada” (Gallero, 1991:68). En este contexto los fotógrafos antes mencionados retratan a los protagonistas de esta nueva “España posmoderna” y, de alguna forma, les dotan de una narrativa convirtiéndolos en auténticos símbolos de una sociedad postfranquista en la que el franquismo ya no es una referencia¹⁷. Y al mismo tiempo que dan identidad a estos nuevos sujetos dan testimonio de la vida urbana de las grandes ciudades españolas. Sus fotografías (“rebeldes a la tradición”) son el reflejo de una posmodernidad en la que el protagonista es el sujeto y su “experiencia lúdica, individual y narcisista” (Moreiras, 2010:132); y además, sirven a una política de mercantilización cuyo objetivo es abrir la nueva España democrática al mundo, es decir, las políticas culturales del momento actúan como fuerzas fagocitadoras que banalizan estas imágenes fotográficas¹⁸ convirtiendo España y toda su producción cultural en un objeto de consumo. Sin embargo, a pesar de que la consecuencia última de esta

17 En este sentido, Moreiras Menor afirma que mientras que los “fotógrafos de los comienzos de los setenta, como Cristina García Rodero, Alberto Schommer, Koldo Chamorro o Xurxo Lobato, que han dedicado su trabajo a reflexionar de forma explícita sobre España, sus tradiciones y sus diferentes comunidades (y por tanto más que producir una obra ‘sintomática’ producen una obra interpretativa), o como Jorge Rueda, interesado en fotografiar y registrar el colapso entre la modernidad y la tradición (de forma magistral lo consigue, por ejemplo en *El dirigible pepino*, 1975), los fotógrafos de la Movida articulan su mirada desde un ángulo más oblicuo, aparentemente totalmente alejado de un interés social o político. (2010:136).

18 Para entender las razones por las que la fotografía de la Movida ha sido banalizada mientras que las fotografías de fotógrafos como García Rodero o Xurxo Lobato son consideradas de “alta cultura” ver (Moreiras Menor, 2010:138-141).

banalización espectacular de la imagen fotográfica es la pérdida de “la posibilidad de interpretar toda capacidad transformadora de la sociedad, su potencialidad crítica” (Moreiras, 2010:134), es desde la integración de lleno en las lógicas del espectáculo desde la que este grupo de fotógrafos alimenta su razón crítica: “representar y a testimoniar el presente y la vacuidad de una realidad que no parece tener ninguna relación significativa con el pasado histórico o incluso con la realidad social de su propia contemporaneidad” (Moreiras, 2010:138).

2.1.2.3. La fotografía de moda en la transición española

Desde sus orígenes, fotografía e industria de la moda han ido de la mano evolucionando al unísono. La situación social, histórica y económica de una sociedad se ven reflejadas directamente en la moda y, en consecuencia, en su difusión gráfica mediante la fotografía. Por lo tanto, la fotografía de moda nos proporciona argumentos para poder determinar parámetros ideológicos, sociales y económicos. Un buen ejemplo es el cambio radical que se produce en la sociedad española tras la muerte de Franco y la llegada de la Democracia. Este momento histórico de auge económico, optimismo social y desarrollo generalizado quedó muy bien reflejado en los editoriales de moda de la época.

En España, la industria de la moda vive hoy su mejor momento. [...] Se podría decir, por tanto, que estamos también ante la mejor fotografía de moda que ha producido nuestro país, y que, mientras que el proceso de desarrollo económico de nuestra sociedad no se trunque, el futuro nos debe deparar una fotografía de moda aún mejor (Gutiérrez, 2007).

Ciuco Gutiérrez define muy bien cómo influyen las oscilaciones socioeconómicas en un sector como el de la fotografía y, en concreto, en la fotografía de moda. En los momentos de auge económico las empresas destinan mayores partidas presupuestarias a marketing, comunicación y publicidad. La inversión en publicidad en los medios de comunicación tiene como resultado que todo tipo de publicaciones

puedan destinar un mayor presupuesto a sus propios artículos o editoriales, lo que incide en una mejora sustancial de los recursos –no solo a nivel creativo– que dispone el fotógrafo para desarrollar sus proyectos¹⁹ (los colaboradores, proveedores y asistentes que participan en una sesión fotográfica son muy importantes. Un buen casting, un buen estilismo, un buen maquillaje, una buena peluquería, un buen decorado, entre otros, son factores que van sumando en favor del éxito de una sesión, pero entrañan siempre un alto coste económico.

Cuando nos fijamos en los títulos de créditos de las revistas, podemos advertir que existe un sorprendentemente reducido número de fotógrafos, estilistas, maquilladores, peluqueros que trabajan para un igual reducido número de publicaciones. La importancia en esta profesión va unida a tus contactos, que te permitan alcanzar y mantener el éxito. Un nombre procura la identidad de un autor, pero la fotografía de moda y publicidad entraña una colaboración creativa entre diseñadores, directores de arte, modelos, maquilladores y peluqueros, retocadores... Un buen equipo humano es tan crucial para el éxito de una imagen como la cámara o la luz (Keaney, 2007: 7-8).

El auge económico que se produce en España a principios de los años setenta tiene como consecuencia, en el sector publicitario, la llegada de las primeras agencias de publicidad internacionales. Las pocas editoriales de moda que existían eran de carácter nacional y el análisis de las imágenes de moda de los años setenta permite ver, de manera muy rápida, la evolución de una sociedad que era sobria, cerrada, sometida a reglas machistas y religiosas a una sociedad que explota creativamente (gracias a las influencias del exterior) y que en unos pocos años llega a fundirse con el mundo más moderno, dando como resultado fotógrafos de categoría y renombre internacional.

Cuando yo empecé en 1979, fui a un quiosco para ver qué había. Editoriales de moda

19 Por el contrario, en momentos de recesión económica la primera partida que se ve recortada drásticamente en cualquier empresa europea es la publicidad, porque tradicionalmente se ha considerado un gasto, no una inversión. La falta de inversión en publicidad suele tener como última consecuencia, tal como se ha comprobado en nuestro país en los últimos años, el cierre de muchos medios editoriales y, como es de suponer, afecta directamente a todos los ámbitos de la fotografía, y especialmente a la fotografía de moda. Sin publicidad, una editorial bien reduce los honorarios del fotógrafo y de todo el equipo humano y técnico bien decide trabajar con colaboradores con menos experiencia. Las agencias de publicidad son las empresas más afectadas en periodos de crisis.

solo había en Ama, Telva, y en el ABC, y luego estaban el Hola y el Semana. Yo me hacía mis propios dossieres de prensa (algo que me inventé yo porque nadie hacía nada igual en España), los escribía yo a máquina, los metía en una carpeta, y la distribuía entre las cinco publicaciones, porque lo que ahora son cientos, a finales de los setenta eran apenas esas cinco. Por cuestiones económicas elegí a Telva para hacer dos páginas de publicidad. Y ese fue el momento en que apareció Sofía Caruncho junto a Michael Wray y una modelo. Ese es mi primer contacto con ambos y con el mundo de las editoriales de moda. A partir de este momento, año tras año hago estos dossieres de prensa que distribuyo entre las pocas publicaciones que existen en el momento donde yo hago el texto y Michael hace las fotos y lo publicaban todo.

En España, se hace todo absolutamente todo en apenas diez años. De una única tienda multi marca (Las tres zetas, de las hermanas Zunzunegui) a todo, a una calle como Ortega y Gasset. Los años 80 son una explosión absoluta en todos los sentidos. Fue la explosión de la libertad, de la cultura, básicamente. Fue una absoluta liberación en todos los sentidos y convirtió a Madrid en la ciudad más divertida de Europa. Puso a España y a Madrid en el mundo y en el lugar que le correspondía. Madrid se puso de moda, todo el mundo quería venir y eso implica un empujón económico enorme. Yo viajaba por todo el mundo e iba trayendo nuevas marcas a mi tienda porque todas querían estar en Madrid, Walter Steiger, Bottega Veneta, Etro, Loro Piana, Gils Sander, Jean Paul Gaultier, Alaia, Khiels, Santa María Novella...²⁰

20 Entrevista con Elena Benarroch (Anexo III)

2.2. Marco conceptual: la fotografía de moda

Roland Barthes afirmaba que la fotografía de Moda²¹ no era cualquier fotografía, diferenciándola de la fotografía de prensa o de la fotografía amateur pues “conlleva unidades y reglas específicas; constituye dentro de la comunicación fotográfica, un lenguaje particular, poseedor sin duda de léxico y sintaxis propios, de “giros” propios, prohibidos o recomendados” (Barthes, 2003:20)²².

La moda, como concepto que engloba aspectos macroeconómicos, sociales, artísticos y creativos, tiene en la fotografía un instrumento idóneo para registrar y documentar tanto los objetos propios del mundo de la moda como los valores culturales de la sociedad en la que se desarrolla su industria, sus actitudes y tendencias. La fotografía de moda se convierte así en una herramienta ideal para poder comprender cada sociedad y cada cultura a lo largo de su historia:

“La fotografía de moda es capaz de aportar una serie de connotaciones y significados que la hacen protagonista en nuestros entornos y espacios cotidianos, por lo que por ello es posible que pueda comunicar datos esenciales para el conocimiento y la investigación de determinados aspectos sociales [...] La fotografía de moda afirma cómo hemos sido y de qué manera hemos pensado y nos hemos comportado” (Sánchez-Montalbán en Lorenzo y otros, 2009: 385).

El análisis de la fotografía de moda es por tanto una herramienta extraordinariamente útil para entender el proceso social y cultural ocurrido en nuestro entorno al haberse convertido en una forma de comunicación sin fronteras y con capacidad de provocar cambios en los individuos y en las sociedades. Así, “la fotografía de moda es portadora

21 En “El sistema de la moda” (2003) Barthes escribe Moda con mayúscula en el sentido de Fashion, para poder distinguir entre la Moda y una moda.

22 Roland Barthes (2003), distingue entre tres tipos de “vestidos”: el vestido real, el vestido-imagen (la fotografía, con su estructura plástica) y el vestido escrito (la descripción, con su estructura verbal) (Barthes, 2003:20). La diferencia entre los dos últimos conceptos se sustantiva entre “vestido-imagen” (el que se presenta fotografiado) y “vestido escrito” (el que se presenta descrito mediante el lenguaje). Ambos pueden encontrarse en cualquier revista de moda y ambos remiten a la misma entidad –el vestido–. Mientras que el “vestido-imagen” tiene una estructura plástica que deriva del sistema común de las imágenes, el “vestido escrito” tiene una estructura verbal que deriva del sistema común de la lengua.

de vínculos capaces de transformar y definir tanto los usos como las costumbres de las personas y sus culturas” (Sánchez-Montalbán en Lorenzo y otros, 2009: 388).

Los años comprendidos desde principios de los años setenta hasta mediados de los ochenta del siglo XX, suponen para la fotografía su equiparación con las formas clásicas de expresión artística. A partir de mediados de la década de los setenta empieza a germinar un sentimiento de ruptura con la tradición moderna del arte al que ni la moda ni la fotografía son ajenas. En este sentido, determinados aspectos esenciales de los estilos formales y realistas modernos que parecían exteriores al estilo fotográfico, como pureza, objetividad o veracidad, comienzan a ser vistos como “artificios retóricos internos y sometidos estilos artísticos.” (Pultz, 2003:143). En lugar de “estilo,” el fotógrafo ve “opciones estratégicas” que exigen de él una mayor consciencia en el uso del lenguaje (otrora) puro, por ejemplo, haciendo “presentaciones del cuerpo apoyándose en el discurso social, económico y político contemporáneo” (Pultz, 2003:144).

Si la “nueva” moda convierte el cuerpo en un escenario de representación, la “nueva” fotografía de moda se aleja del concepto descriptivo de “vestido-imagen,” como representación objetiva del mismo, y pasa a crear una concepción de “vestido-cuerpo” como “social-imagen,” en el que la presentación del vestido rompe tabúes tradicionales de género o condición sexual, y se compromete tanto social como culturalmente. No obstante, no olvidemos que, como bien ha señalado Carmen Abad-Zardoya, históricamente la fotografía de moda se distancia de otros géneros fotográficos en dos aspectos: “la idealización de la realidad (...) y la legibilidad de la imagen” (2011:46), por lo que ya de por sí, es una clara diferencia respecto de la idea moderna del arte como representación fiel de la realidad:

“La moda es (...) el proceso interminable por el que el cuerpo es descodificado y vuelto a codificar para poder definir y habitar los nuevos espacios territoriales de la expansión del capital. Si la moda parece poder escaparse por un momento, es recapturada por la red de imágenes al siguiente” (Faurischou, 1987: 72)

Lo que parece indiscutible es el protagonismo de la fotografía de moda en estos años, especialmente por “ser portadora de vínculos capaces de transformar y definir tanto los usos como las costumbres de las personas y sus culturas” (Gutiérrez, 2007:388). De ahí su importancia epistemológica para entender las transformaciones socioculturales ocurridas en Occidente desde mediados de los años setenta: “La fotografía de moda afirma cómo hemos sido y de qué manera hemos pensado y nos hemos comportado” (Montalbán, 2009:385).

2.2.1. Fotógrafo de moda: evolución y concepto

Si la Moda nace asociada a la elegancia y la distinción de una clase social vinculada a las manifestaciones culturales, la Fotografía de Moda no escapó en sus orígenes de su relación a la corriente artística hegemónica pictorialista: llevar la foto al arte desintegrando las formas en universos difuminados y evocadores, fue la respuesta de los primeros fotógrafos de moda que inician su particular diálogo entre el Arte y la Fotografía, posicionando la Moda en un lugar privilegiado.

Ya desde las primeras fotografías, el fotógrafo huye de la representación del vestido entendida como retrato del detalle de la ropa, su revolución fue precisamente iniciar la construcción de una “imagen” de la Moda, íntima, subjetiva, personal... en la que, si inicialmente prima el uso de una luz desde lo romántico y misterioso, pronto cederá a la precisión y la nitidez como elementos netamente fotográficos: el modernismo deja sobre la foto de moda el diseño geométrico y limpio propio del Art Déco. Se inicia la fotografía de moda moderna, y Steichen será el primer fotógrafo de moda de la modernidad: composiciones exquisitas, geométricas, contrastadas, con volumen y profundidad... y el juego con la modelo, elemento clave de la representación de la moda. Una modelo que en los años treinta adopta una actitud informal, activa, viva, libre y vital, sus cuerpos se mueven con libertad dentro de los diseños de una moda cómoda, en encuadres más móviles, más fotográficos..., que abandonan el estudio psicológico, y que subordinan la luz a las necesidades del movimiento.

Esta imagen de la Moda, disociada del detalle del vestido y vinculada a las grandes manifestaciones artísticas de cada momento, hace que, desde el primer momento, su propia evolución vaya asociada a los nombres propios de los fotógrafos de moda, con sus particularidades y subjetividades, más que a las exigencias de la Alta Costura o de las publicaciones, más bien al contrario: serán las revistas quienes se acomoden a sus particulares estilos fotográficos cuyo marcado carácter autoral imprimirán sobre las revistas como profundas señas de identidad. Sólo así entendido puede apreciarse con todos sus matices la presencia surrealista en el mundo de la foto de moda y cómo Man Ray la utiliza como un enorme laboratorio de experimentación artística hasta hacer desaparecer el vestido-imagen descrito por Barthes sustituido por la ensoñación, lo onírico..., fotos de moda donde no hay sino estados mentales y espirituales, donde lo artístico supera lo descriptivo-narrativo.

La imagen de moda no imita, crea, incluso cuando el fotógrafo se convierte en cronista de su época, reflejando las tendencias de vanguardia. Y cuando la Alta Costura cae en manos del Prêt à Porter en la década de los cincuenta, el fotógrafo toma las calles y se erige en representación de esa generación que respira optimismo, que busca la novedad y el cambio. Avedon es el “fotógrafo de moda de los instantes efímeros” a partir de elementos en constante evolución, no en vano traslada el reportaje “life” al mundo de la moda introduciendo una vertiente narrativa: “para mí la fotografía tiene una realidad de la que carecen las personas” (Avedon en Casajús, 1997).. Pero no sólo es trata de llevar la foto de moda al fotorreportaje sino de expresarse a sí mismo a través de ella, apropiándose de lo que los pintores de vanguardia llevaron al paroxismo, el hermetismo de autor.

En los años setenta, década en la que se sitúa nuestro objeto de estudio, lo efímero da muestras en el arte a través de la sucesión de movimientos —arte povera, conceptual, body art—, que influirán en la fotografía a través de la evolución de sus técnicas con fines expresivos: falso grano, perfeccionamiento del color, dispositivos multiplicadores de la imagen, flash estroboscópico, todo ello incorpora a la fotografía de moda nuevas visiones de la realidad. Y si bien es el reflejo del entusiasmo de la juventud, lo más significativo es la “mitificación” de la figura del fotógrafo de moda, considerado como

“un símbolo de esos tiempos de agitación, de aventura, de desafío a las normas establecidas, de búsqueda de cambios, de provocación, de liberación sexual y social, de vivencias intensas...” (Casajús, 1997: 291). La moda y sus fotógrafos se convierten en pancarta de lo que muchos soñaban, en arquetipos a imitar. Pero de Bailey a Bourdin no sólo se produce un sistemático abandono de la figura héroe, los fotógrafos de moda apuestan por la agresividad y la ironía como descripción de la moda, seductora y agresiva. Guy Bourdin introduce la nueva imagen del fotógrafo de moda: muy lejos del glamour y más cerca de la seducción, del lado del misterio y del desconcierto, pero, sobre todo, con una arrolladora personalidad creativa.

2.3. Fuentes, método de análisis y material seleccionado

Para estudiar el contexto de la fotografía de moda en las décadas de los setenta y ochenta del siglo XX en la España democrática de la transición, se han utilizado diferentes tipos de fuentes documentales. Paralelamente, y para el estudio de las fotografías de nuestro objeto de estudio, hemos diseñado un método de acercamiento a cuestiones de estilo y características de autor.

2.3.1. Fuentes

2.3.1.1. Fuentes bibliográficas y documentales

Para estudiar el perfil personal y profesional de Michael Wray, y debido a la no existencia de fuentes documentales y bibliográficas específicas de este autor, se ha establecido una relación de intercambio de información con el propio fotógrafo mediante la cual, y en diferentes fases, se han obtenido relevantes datos biográficos –ver entrevistas transcritas, archivos de audio y vídeo (Anexo)– y recopilado en torno a doscientas imágenes representativas de su trayectoria profesional de su archivo personal. De estos originales se han seleccionado para la investigación veinte fotografías que han sido digitalizadas y catalogadas –con gran dificultad, debido a la compleja metodología archivística de Michael Wray–. La catalogación se recoge en una ficha técnica diseñada especialmente para el análisis de las imágenes recopiladas (Anexo) –realizada teniendo en cuenta las propuestas sobre lectura de fotografías recogidas por Javier Marzal (2008)–, en la que se han registrado los siguientes datos: fecha de la imagen, cliente o editorial que encarga el trabajo, personaje que sale en la imagen (si tiene relevancia social y o mediática), temática, localización geográfica y cuestiones técnicas propias de la fotografía: cámara utilizada, soporte, formato, color, tipo de plano, técnica de iluminación empleada, tipo de fondo, localización exterior/estudio y descriptores de la imagen.

Con el doble objetivo de recabar información sobre el estado de la fotografía de moda en España antes de la llegada de Michael Wray y de poder analizar las características técnicas y de estilo, así como su método de trabajo, se han visualizado doscientos ejemplares de las Revistas Telva, Dunia, Ama y Cómplice, entre los años 1970 y 1985. Las imágenes que aparecen en estas revistas se comparan cronológicamente con las fotografías catalogadas del archivo personal de Michael Wray.

En el caso de estudio de la revista Telva, se han revisado todos los ejemplares editados (350) entre los años 1971 y 1985. De estos se han seleccionado alrededor de 200 imágenes (seleccionadas de entre portadas y editoriales de moda) realizadas por Michael Wray y otros fotógrafos que permitirán profundizar en el estado de la fotografía de moda antes de la llegada a España del fotógrafo británico, los aportes técnicos y estilísticos de sus primeros trabajos, su consolidación en la revista, su evolución técnica y la influencia ejercida en los trabajos de sus colegas españoles.

2.3.1.2. Fuentes orales

Se han realizado entrevistas personales a terceros que han servido tanto para tener una visión externa de Michael Wray como para conocer el funcionamiento del mundo de la moda, la relaciones entre las editoriales de moda y los fotógrafos y los inicios de la fotografía de moda como especialidad en España en el período estudiado. Se han realizado entrevistas a Elena Benarroch, diseñadora de reconocido prestigio que inició su carrera profesional de la mano de Michael Wray con quien colaboró estrechamente entre 1979 y 2006 (Anexo); a Enrique Caruncho, hijo de Sofía Torga –editora de Telva durante más de treinta años–, fotógrafo de la revista en los años de estudio y actualmente productor y director de cine publicitario (Anexo); a Nacho Pinedo, fotógrafo de moda de Telva en la década de los ochenta, discípulo de Michael Wray y actualmente colaborador de Esquire y l'Officiel y editor de la revista Varon.

2.3.2. Método aplicado al análisis de las fotografías

Con el objetivo de determinar un “estilo de autor” en el trabajo de Michael Wray antes de introducirnos en el análisis de su trabajo editorial en la revista Telva, hemos seleccionado 20 fotografías según criterios heterogéneos: calidad plástica, valor publicitario, innovación técnica o retrato de la moda.

El método de análisis ha respondido al siguiente esquema:

AUTOR

TEMA

FECHA DE PUBLICACIÓN

FORMATO

SOPORTE

COLOR

PLANO

ORIENTACIÓN

TÉCNICA

LECTURA E INTERPRETACIÓN DE LOS ELEMENTOS ICÓNICOS

2.3.3. Material seleccionado

Dada la formidable cantidad de material generado por Michael Wray en su trayectoria profesional, hemos seleccionado el material de investigación teniendo en cuenta dos aspectos que se corresponden con nuestras necesidades manifestadas en los objetivos: por un lado, determinar un “estilo de autor”, con la selección de 20 fotografías y, por otro, demostrar la relevancia del trabajo del fotógrafo en el contexto de las revistas de moda editadas en España en los años de estudio, en la que Telva se impone como la publicación más importante.

2.4. Estructura

La presente tesis se estructura en dos grandes apartados:

El primero analiza la relación entre Michael Wray y la imagen de moda: se pondrá en contexto la figura de este fotógrafo en pleno auge y desarrollo de la fotografía de moda en las décadas de los setenta y ochenta del siglo XX en Europa y sus inicios en la España democrática de la transición; se introducirá una biografía del Michael Wray focalizando en los aspectos relativos a su formación y desarrollo profesional; por último, se analizarán todos los elementos técnicos y de iluminación de sus trabajos así como sus influencias recibidas y propiciadas en el entorno de un análisis que determine su estilo de autor.

El segundo bloque realiza un estudio de los números editados de la revista Telva entre los años 1971 y 1985: mediante el análisis de los editoriales de moda recogidos en esta revista durante estos quince años, se evaluará el estado de la fotografía de moda antes de la llegada de Michael Wray, los aportes técnicos y estilísticos de sus primeros trabajos, su consolidación en la revista, su evolución técnica y la influencia ejercida en los trabajos de sus colegas españoles

3. MICHAEL WRAY Y LA IMAGEN DE MODA

3.1 Influencias

En los años setenta, los fotógrafos de moda europeos, lanzados fundamentalmente desde el Vogue francés, son los que se muestran más creativos e innovadores. En esta época los fotógrafos buscan, mediante una mayor capacidad narrativa, la participación directa del espectador con la intención de hacerle reflexionar sobre las imágenes (Casajús, 2002: 312). Buscan imágenes provocadoras, fantasiosas, sexuales y rozando el límite de la moral social de la época. Son tácticas publicitarias para crear atención y una patente cualidad persuasiva. Las modelos empiezan a tomar un papel fundamental en las imágenes de publicidad y editorial, y el “gesto” adquiere una relevancia máxima, como un intento, parafraseado a Jean-Luc Godard, de captar presente y pasado como si el tiempo no existiera fuera de ese breve instante en el que se despliega como un intervalo. Porque de alguna forma “la esencia de la fotografía se halla en el acto de posar” (Vilaró, 2011: 47-268). Como consecuencia, se produce una retroalimentación entre fotografía de moda y fotografía artística, resultado de la investigación de los propios fotógrafos sobre las novedades técnicas en cuanto a material fungible, procesos en el laboratorio, cámaras, ópticas, equipos de iluminación u otros. Todo por una finalidad: buscar la perfección. Esto conlleva una cuidada realización (apoyada en una narración de autor) en detrimento de la espontaneidad.

Cuando en enero de 1975 la revista Vogue publica la serie de fotografías conocida como “Bath House”, de Deborah Turbeville, el fotógrafo Guy Bourdin ya llevaba dos décadas publicando en dicha revista y tanto él como Helmut Newton disfrutaban de una libertad sin precedentes en el mundo de la fotografía de moda. Durante los años setenta las páginas de Vogue francés se convirtieron en una especie de “interacción erótica” entre las imágenes hiperrealistas en color de Bourdin y el estilo fetichista más crudo descarado de Newton.

[Bourdin y Newton] se beneficiaron de la inmediatez de la imagen que demandaba una

respuesta instantánea emocional no intelectual y, al mismo tiempo, una sensación de incertidumbre igualmente poderosa frente a tal explícita artificialidad (...) Ambos parecen ganar poder desde la observación de estas imágenes eróticas –alimentando sus propios deseos y fantasías– pero también lo pierden, porque la preponderante impresión de falsedad de los escenarios y la excesiva artificialidad de los maquillajes súper brillantes de los modelos y sus gestos cortocircuitan [short circuit] una lectura francamente ambiciosa. (Arnold, 2001: 74).



Figura II. Izqda.: fotografía de Guy Bourdin, 1970 (Vogue Paris)
Dcha.: fotografía de Helmut Newton, 1972 (Vogue Paris)

Lo que es evidente es que en los años sesenta la fotografía de moda ha madurado: es tremendamente persuasiva y vende novedad y creatividad (Casajús, 2002: 319-320). Se trata de una fotografía que da una mayor importancia al contenido de sus

imágenes (defendiendo un “estilo” autoral que da gran valor a la técnica –llegando a la búsqueda de la perfección–) y que busca conectar y comunicarse con el público. Las consecuencias de estos cambios se verán reflejadas posteriormente, en los años ochenta, con un incremento de la competitividad entre los fotógrafos por los editoriales de moda y las campañas de publicidad. En los ochenta, la necesidad por sorprender multiplicará los estilos y, de la variedad característica en años anteriores, se pasará a una “tendencia a la barroquización” (Casajús, 2002: 332).

...lo que predominaba en los ochenta era la “necesidad de sorprender, de arrancar una sonrisa, una lágrima, despertar la nostalgia, el placer, el miedo, la pena, o cualquier cosa que arrancara al espectador de la indiferencia era cada vez más difícil porque sabía más y dada la aceleración de la vida había que conseguirlo en menos tiempo. Por eso se produjo en muchos fotógrafos una acentuada tendencia a la dramatización, a concentrar y simplificar los mensajes o a dejarlos ambiguos y misteriosos para que la posibilidad de identificación y de sugerencia creciera. Parecía como si la esencia de la poesía y su poder de simbolización hubiera encontrado, ante lo que parecía su muerte un último refugio en las fotografías publicitarias y de moda. (Casajús, 2002: 333)

En este contexto, veamos cuáles han sido los principales autores que Michael Wray reconoce como referencias influyentes en su propio trabajo fotográfico:

1. En primer lugar, Guy Bourdin y el *glamour* contenido en sus imágenes.
2. Fotógrafos estadounidenses como Irving Penn (1917-2001), que comienza su carrera en *Vogue USA* en 1943 llegando a hacer 163 portadas para la misma; Richard Avedon (1923-2004), trabajando para Harper’s Bazar desde 1945 y en *Vogue USA* desde 1966, y de quien Wray destaca las poses de sus modelos, su sencillez y elegancia como sus referencias; y Bill King (1939-1987), por los saltos y los fondos blancos.
3. Fotógrafos británicos como Norman Parkinson (1913-1990), empleado en *Vogue* desde 1945 a 1960; Barry Lategan (1935-)²³, del que Wray destaca su sentido de la

23 A pesar de nacer en Sudáfrica, Lategan desarrolló toda su carrera fotográfica en el Reino Unido.

belleza; David Bailey (1938-), en Vogue UK desde 1960, y del que destaca lo novedoso de sus propuestas; y Steve Hiett (1940-).

4. Por último, el fotógrafo italiano Paolo Roversi (1947-).



Figura III. izqda.: Fotografía de Guy Bourdin para Issey Miyake, 1975 (Vogue Paris)
dcha.: Fotografía de Guy Bourdin para catálogo de lencería Sighs and Whispers para Bloomingdale's, 1976 (Vogue Paris)



Figura IV. izqda.: portada Vogue USA, abril 1950 (fotografía: Irving Penn)
centro: portada Vogue USA, julio 1967 (fotografía: Richard Avedon)
dcha.: interior Vogue Paris, 1983 (fotografía: Bill King)



Figura V. : portada Vogue UK, febrero 1955 (fotografía: Norman Parkinson)
 centro.: portada Vogue UK, julio 1969 (fotografía: Barry Lategan)
 dcha.: interior Vogue UK, mayo 1966 (fotografía: David Bailey)

3.2 Los materiales del fotógrafo a finales de los años setenta

Antes de comenzar el análisis técnico de las fotografías de Michael Wray, y con el objetivo de facilitar la comprensión del posterior análisis de las imágenes, se considera necesario realizar un apunte sobre los principales materiales fotográficos con los que se trabajaba profesionalmente a finales de los años setenta y principios de los ochenta. Este apunte se centrará exclusivamente en la película fotográfica y en los tipos de cámaras fotográficas. Se excluye todo lo relativo a las ópticas porque no se considera un elemento relevante del tipo de fotografía de la época, y porque dada su diversidad y calidad haría muy extensa esta breve introducción.

3.2.1. La película fotográfica

En estos años existe una enorme variedad de soportes de película fotográfica: la película en negativo color –muy utilizada en fotografía amateur–; la película infrarroja, tanto en negativo como en diapositiva –sin aplicación en los ámbitos que aquí se tratan–; la película lith²⁴ que tuvo un momento de uso por parte de muchos fotógrafos en aplicaciones artísticas (algunas de ellas vinculadas a la moda); y los dos soportes más utilizados en el ámbito profesional: el negativo blanco y negro –de enorme difusión, especialmente entre la prensa– y la diapositiva. Por diversas cuestiones técnicas vinculadas a la calidad, nitidez y reproducción cromática, el soporte fotográfico más utilizado por los profesionales del ámbito de la moda y la publicidad es la diapositiva color.²⁵

24 Se trataba de una película negativa de muy alto contraste procedente de la serigrafía y que servía principalmente para aplicaciones como la reproducción de documentos. Al reproducir solo blancos y negros, los resultados a nivel artístico eran curiosos y vivió un corto momento experimental que todo fotógrafo de la época le dio. La película se utilizaba en hojas que había que recortar manualmente para adaptar a la cámara que se fuera a utilizar.

25 Si bien es cierto que se comercializó durante un periodo de tiempo la diapositiva en blanco y negro quedó en desuso de manera prácticamente inmediata por lo que no tiene espacio en esta relación.

La diapositiva en color

La diapositiva en color es un material reversible que mediante el proceso de revelado E-6 se podía tener procesada en laboratorios profesionales en un tiempo aproximado de dos horas (o incluso menos). El uso profesional de la diapositiva fue tan extendido que en poco tiempo surgieron los Q-Labs, nombre con el que se denominaban a los laboratorios que consolidaban unos determinados estándares del proceso E-6 y que garantizaban al profesional el control absoluto sobre el revelado.

Sin desmerecer a otros fabricantes como Agfa o Ilford, la realidad es que las marcas más utilizadas de diapositiva eran Ektachrome (Kodak) y Fujichrome (Fujifilm), con un rango de ASA²⁶ que cubría todas las necesidades de los diversos profesionales. En el ámbito de la publicidad y la moda, donde se buscaba un grano extremadamente fino para obtener el mayor detalle con la mayor escala tonal posibles, los ASA preferidos variaban entre 50 y 100, llegando en ocasiones hasta 400²⁷. Señalar que la diapositiva exigía de la máxima precisión en cuanto a exposición, ya que errores de sobre o sub exposición de un tercio o medio punto de diafragma podían provocar que la imagen resultante no fuera válida.

En cuanto a la temperatura de color, solamente se comercializaban películas ajustadas a Luz Día (5.500°K) o Tungsteno (3.200°K), y de estas últimas en rangos de ASA muy limitados (64, 160 y 320)²⁸. La única forma de poder realizar ajustes de temperatura de color era mediante el uso de un termocolorímetro, un dispositivo

26 La escala ASA (American Standard Asociation) es igual a la impuesta actualmente como normativa ASA de sensibilidad (International Standard Office) que fusiona las normativas antiguas de ASA y DIN (Deutsche Industrie Normen). En la escala ASA, la sensibilidad de la película se duplica cuando se dobla el valor nominal de la película o lo que es lo mismo, se incrementa en un paso de diafragma. Así, una película de 400 ASA tiene el doble de sensibilidad que una de 200 y permite ganar un diafragma más de luz respecto a esta o dos puntos más de luz respecto a una de ASA 100. El sistema DIN era más precASA al permitir fraccionar en tercios de diafragma. Esto es, el valor de la sensibilidad se duplica cuando el valor DIN aumenta en tres unidades. Entre un valor DIN y el siguiente, la sensibilidad se incrementa en un tercio de diafragma, por lo que son necesarios dos pasos más para completar un diafragma completo.

27 La famosa película Kodachrome, con valores de ASA 25 y 64 no tenía tanta aplicación en estos ámbitos por el hecho de tener que revelarse en los propios laboratorios Kodak de cada ciudad mediante el proceso K-14, lo que demoraba varios días la recogida del material.

28 La Kodak Ektachrome Tungsteno de ASA 125 desapareció en 1977.

similar al fotómetro que proporcionaba información sobre los grados Kelvin de una escena y el tipo de filtro necesario para su corrección²⁹.

Polaroid

Un soporte fotográfico que merece una mención especial es la película instantánea Polaroid que se convirtió rápidamente en la guía de los parámetros técnicos y artísticos de la escena a fotografiar. Inventada por el Dr. Edwin Land, la Polaroid era un material autorrevelable que contenía la emulsión sensible y las sustancias químicas necesarias para su revelado y fijado, produciendo una imagen estable en apenas unos segundos. Si bien se idearon cámaras especiales que contenían los cartuchos con hojas, en el ámbito profesional se desarrollaron respaldos o chasis especiales para adaptarlos a muchas de las cámaras y formatos existentes. En ambos sistemas, la película expuesta se desplazaba por unos rodillos que rompían una vaina que contenía los líquidos. En función del tipo de película y especialmente de la temperatura ambiente, en aproximadamente un minuto o minuto y medio se podía separar el positivo del negativo para descubrir el resultado de la imagen tomada.

Con opciones para diversos formatos, en blanco y negro o color, para luz día o tungsteno, la variedad de oferta de Polaroid hizo que este material fuera indispensable en el ámbito profesional. Su uso era muy sencillo y el único inconveniente era que el valor ASA no coincidía con el de la película diapositiva con la que posteriormente se realizaría la toma definitiva. Por ejemplo: con las opciones más extendidas de uso profesional como el Polaroid 669 para formato medio o el modelo 59 para gran formato, el ASA era de 80 por lo que se hacía necesario compensar la exposición en un valor de un tercio de diafragma si la película usada era de ASA 100 o 64³⁰ – habituales en trabajos de índole profesional de la moda o la publicidad–.

29 Ello obligaba a disponer de un repertorio de filtros correctores de color y tener en cuenta la pérdida de luz ocasionada por los mismos a la que había que sumar la propia corrección en exposición de la película que marcaba el fabricante.

30 En el caso de una película de ASA 100 habría que compensar un tercio de ganancia de luz, y en el caso de ASA 64, un tercio de pérdida de luz sobre un material Polaroid como el descrito de ASA 80.

Además del valor que tenía el sistema como método de validación de lo que se iba a fotografiar, sin duda fue un material que permitía múltiples manipulados de la emulsión durante y después del revelado con muy diversas posibilidades creativas.

Sin saberlo, Polaroid se estaba convirtiendo en la antesala de lo que hoy es la visualización inmediata de la fotografía digital, con el enorme valor añadido (sobre la propia fotografía tradicional) de la copia única³¹.

Tamaños de película fotográfica

En la siguiente tabla se detallan los principales formatos de película fotográfica de uso profesional en los años de estudio y posteriores. Se descartan los denominados 110, 126 o 127 por estar en desuso o no tener apenas aplicación.

Denominación	Anchura	Formato	Nº de imágenes
135	35mm.	24x36mm.	36
120	62mm.	45x60mm. 60x60mm. 60x70mm. 60x90mm.	16 12 10 8
220*	62mm.	Como el formato 120 pero con doble número de imágenes	
9x12	-	9x12cm.	Hojas sueltas
4x5"	-	10,2x12,7cm.	Hojas sueltas

31 Como se verá más adelante, a mediados de los años setenta, Michael Wray fue el primer fotógrafo en mostrar en su portafolio material Polaroid en todos los formatos, contribuyendo de forma notable a su implementación en el ámbito profesional madrileño.

5x7"	-	12,7x17,8cm.	Hojas sueltas
8x10"	-	20,3x25,4cm.	Hojas sueltas

*Las películas de 135, 120 y 220 se comercializan en rollo. En el caso de la 135, dentro de un chasis.

Hay que tener en cuenta que a mayor tamaño de película mayor capacidad de ampliación y, por tanto, para aplicaciones gráficas de grandes dimensiones, los formatos más grandes eran los más utilizados (por ejemplo, una placa de 20x25cm en lugar del formato 135, por otra parte, el más extendido).

3.2.2. Tipos de cámara

Jacobson (1981: 132-141)) realiza la siguiente clasificación de los tipos de cámara:

- Cámaras sencillas
- Cámaras telemétricas
- Cámaras réflex de dos objetivos
- Cámaras réflex de un objetivo
- Cámaras técnicas
- Cámaras especiales

Dado que los años que comprende este estudio, y los posteriores, son los de mayor oferta y difusión en cámaras fotográficas, se realizará un pequeño análisis de las características de los tipos de cámara más utilizados teniendo en cuenta los formatos de película descritos, y siempre desde la perspectiva de su aplicación en el ámbito profesional (especialmente en las especialidades de la moda y la publicidad, que comparten las mismas especificaciones).

Cámaras telemétricas

Este tipo de cámara se caracteriza por combinar un vASAr óptico directo con un telémetro independiente del objetivo. El objeto a fotografiar se enfoca mediante la superposición de las dos imágenes. Su principal desventaja es el error de paralaje, esto es, al visualizar la imagen desde dos puntos distintos el encuadre del vASAr no coincide exactamente con el tomado por el objetivo. Leica era la marca más emblemática de este tipo y la que incorporaba diversos dispositivos de ajuste para evitar el problema descrito.

Cámaras réflex de dos objetivos

Este tipo de cámara se popularizó desde la introducción de la conocida Rolleiflex. El sistema es similar a tener dos cámaras montadas una sobre otra, la superior para encuadrar y enfocar, y la inferior para realizar la toma. Los dos objetivos tienen la misma distancia focal y se montan sobre un mismo panel que los desplaza simultáneamente. Dispone de características similares a las cámaras réflex de un solo objetivo para película de 120, pero en lugar de un sistema de pentaprisma que invierte la imagen que atraviesa el objetivo disponen de un solo espejo, de tal forma que la imagen que visualizamos está derecha en el eje vertical pero invertida lateralmente sobre la pantalla de enfoque. Esta pantalla está protegida de la luz por un parasol plegable que podía ser sustituido en algunos modelos por un sistema de pentaprisma, permitiendo enfocar a la altura del ojo y visualizar el objeto a fotografiar correctamente. Dadas las características de estos sistemas se eligió el formato cuadrado porque permitía mantener la cámara siempre en posición vertical para poder encuadrar y enfocar.

Las principales desventajas del sistema réflex de dos objetivos eran el tamaño y peso, la imposibilidad de cambiar objetivos (salvo modelos muy concretos que no tuvieron mucho recorrido) y el descrito error de paralaje producido por la distancia entre los dos objetivos.

Cámaras réflex de un objetivo

Este sistema se popularizó a finales del siglo XIX y ha durado hasta nuestros días. Es el diseño dominante para los formatos 135 y 120 tanto por su facilidad de visión y enfoque, como por la ausencia total del error de paralaje al visualizar a través del propio objetivo (gracias a un espejo situado en el eje óptico) lo mismo que se va a registrar en la película.

En el caso del formato medio, este tipo de cámara era una óptima alternativa a la técnica o de gran formato, cuando no se requerían movimientos. La diversidad de oferta de películas, su calidad y su manejabilidad, contribuyó a este desplazamiento, ocupando un espacio muy importante con marcas que fueron objeto de deseo y culto, como Hasselblad.

En cuanto al formato de 35mm, la cámara réflex de un objetivo fue la evolución lógica por tamaño, peso y funcionalidad, siendo el sistema en el que más rápidamente se desarrollaron los avances técnicos. La enorme diversidad de ópticas, de sistemas de arrastre motorizado, así como la multitud de accesorios hicieron de este formato el estándar para la gran mayoría de trabajos profesionales, y el modelo a seguir, en cuanto al formato, en la posterior evolución a los sistemas digitales hacia el "full frame" denominación generalizada del 24x36mm.

Cámaras técnicas

Consideramos en este grupo a las cámaras montadas sobre un monorraíl sustentado sobre un trípode y basadas en el principio del banco óptico que proporciona el mayor número posible de movimientos de sus montantes, donde se sitúan, por un lado la óptica, y por otro el vidrio esmerilado donde se realiza el encuadre, el enfoque y donde se introduce el chasis con la película. Estas cámaras, denominadas también de "gran formato", abarcaban películas desde los 9x12cm. hasta 20x25cm. Nos extenderemos más en este apartado debido a que muchas de las imágenes analizadas posteriormente fueron realizadas con este tipo de cámara y debido a

sus múltiples opciones se considera necesario una descripción más detallada que permitirá una mejor comprensión.

Una de las características de trabajar con cámara de placas es la capacidad que tiene el fotógrafo de determinar los planos que desea que resulten enfocados. Esta operación se realiza enfocando el punto más cercano que quiere a foco y a continuación el más lejano. Estas cámaras permiten visualizar mediante escalas milimetradas los puntos que hemos elegido y determinar el recorrido que ha realizado el montante delantero (donde se sitúa la óptica) o trasero (donde está la pantalla de enfoque y donde irá la película) de la cámara. Se considera que la profundidad de campo es igual por delante que por detrás del punto elegido por lo que el foco exacto queda determinado en la mitad de ambos puntos seleccionados, el más cercano y el más lejano, que determinan el plano que queremos a foco. Aunque existen varios sistemas, el más utilizado conlleva una serie de cálculos para determinar el diafragma de trabajo que se requiere. El primer dato que necesitamos es la proporción de ratio, esto es, la proporción entre la dimensión del objeto real y su tamaño en la pantalla de enfoque de la cámara. Para ello se mide en primer lugar la distancia desde el plano de la óptica hasta el punto medio del sujeto que queremos a foco. A continuación, se realiza una simple operación matemática consistente en dividir la distancia focal de la óptica utilizada, por la resta de esta misma distancia focal y la distancia que hemos tomado de referencia entre el plano de la óptica y el punto medio del plano del sujeto que queremos a foco. Por ejemplo, si se utiliza una óptica normal para un formato de 9x12cm, un 150mm³² (df), y la distancia entre el plano de la óptica al punto medio del objeto (dm) que queremos a foco son 75cm., la proporción de ratio (R) la podemos determinar con la siguiente fórmula: $R = df / dm - df$. Para este ejemplo, $R = 150 / 750 - 150$, y como resultado tenemos una proporción de ratio de 1:4. Posteriormente solo tenemos que ir a las escalas que todos los fabricantes proporcionan en cuanto a la relación de ratio con la distancia en mm. que hemos determinado en cámara entre el punto más cercano y el más lejano y encontraremos el diafragma de trabajo concreto para conseguirlo. Las ópticas de

32 La óptica considerada "normal" para cualquier formato, viene determinada por la hipotenusa del formato de la película o sensor que se trate. En el caso del ejemplo $H = \sqrt{C^2 + C^2}$, $H = \sqrt{90^2 + 120^2} = 150\text{mm}$.

calidad para estos formatos tenían por lo general una máxima luminosidad de f.5,6 y podían cerrar habitualmente hasta f.64 o en algún caso a f.90. La cantidad de luz para ajustarnos a ese diafragma tendrá que ser determinado por el tiempo de obturación si la fuente de luz es continua o por el número de destellos de flash que debemos acumular si la fuente de luz es flash electrónico.

En el caso de bodegones, este proceso no es demasiado complejo. Por ejemplo: si necesitamos un diafragma f.45 $\frac{1}{2}$ y por la potencia de nuestro equipo de iluminación y su distancia al objeto que vamos a fotografiar, obtenemos una lectura de fotómetro de f.16, es necesario aumentar el tiempo de exposición o el número de destellos de esa fuente de luz hasta conseguir el diafragma f.45 $\frac{1}{2}$. En este último caso, si ese diafragma es el máximo que podemos conseguir con 1 destello de flash, querría decir que necesitaríamos 2 destellos para f.22, 4 para f.32, 8 para f.45 y, finalmente, 12 destellos para f.45 $\frac{1}{2}$. El proceso posterior es muy sencillo: se deja a oscuras el estudio, se abre el obturador con la película liberada y se van dando destellos hasta completar el número de destellos determinado. Posteriormente se cierra el obturador y se saca la hoja, en el caso del polaroid, o se introduce la lámina protectora en el chasis, en el caso de la película, antes de sacarlo de su emplazamiento en el montante trasero de la cámara. Esto es imposible cuando se trabaja con modelos humanos, pues el mínimo movimiento durante el tiempo que se tarda en cerrar y cargar el obturador, introducir el chasis de película, liberar y exponer la placa con una determinada velocidad de obturación, podría cambiar el foco pretendido.

La diferencia de exposición determinada por el distinto ASA entre la película Polaroid y el del negativo o diapositiva con la que se fuera a hacer la imagen final, era un cálculo muy rápido que hacía el fotógrafo.

El resultado visual era enormemente atractivo en el caso de los desenfoques ópticos por delante o por detrás del plano que se consigue a foco, como se podrá observar con algunas de las imágenes seleccionadas para el análisis.

Se hace constar que todo este proceso se realiza con la visualización por parte del fotógrafo de los planos de los ejes vertical y horizontal invertidos, ya que en este

sistema no hay espejos que inviertan la imagen resultante de la luz que atraviesa una lente.

Si bien puede parecer un sistema pesado y complejo de manejar –lejos de las cámaras réflex de formato 135–, la realidad es que estas cámaras no resultaban tan difíciles de transportar, montar y operar cuando se sabía lo que se quería. Veremos más adelante como el propio Wray se traslada a lugares remotos con este tipo de cámaras y realiza trabajos en el ámbito de la moda con la soltura y agilidad que requiere.

Además, en estos años aparecieron numerosos accesorios que facilitaron cuestiones como la medición puntual a través del objetivo (mediante sondas conectadas al fotómetro), dispositivos de visión y enfoque binocular, por citar algunos.

3.2.3 Análisis de imágenes

IMAGEN 1





Autor: Michael Wray

Tema: Autorretrato con modelo

Fecha de publicación: hacia 1973

Formato: 6x6cm. recortada

Soporte: negativo blanco y negro

Color: Blanco y negro.

Plano: General

Orientación: Vertical

Técnica

Este autorretrato, probablemente realizado al principio o al final de una sesión, tiene como relevante la iluminación que se plantea. La toma está realizada con una Hasselblad modelo 500C o CM de formato medio y óptica normal de 80mm.³³ conectada a un flash electrónico.

Iluminación

Un jovencísimo Michael Wray fotografiándose con una modelo durante una sesión de trabajo. Se empieza a poner de manifiesto un gran interés por los fondos blancos

³³ Se recuerda que la óptica considerada “normal” para cualquier formato, viene determinada por la hipotenusa del formato de la película o sensor que se trate. En el caso de la marca que tratamos: $H = \sqrt{C1^2 + C2^2}$, $H = \sqrt{60^2 + 60^2} = 80\text{mm}$.

luminosos y los rostros perfectamente definidos, algo que durará a lo largo de toda su carrera profesional, como podremos ver en el análisis de imágenes realizadas 25 años después. Este tratamiento de los fondos fue una seña de identidad propia en sus primeros años en España, una técnica que solo realizaban fotógrafos franceses e ingleses contratados con carácter puntual. Se puede observar la uniformidad en la exposición del fondo que genera una cantidad de luz que simplemente por rebote proporciona iluminación a la propia modelo.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano general frontal de Michael Wray y una modelo que se levanta el vestido, dejando ver las botas, reflejados ambos en un espejo, en una composición centrada y delimitada por el propio marco del espejo. El resultado es una imagen en la que no se aprecian sombras marcadas, producto de una combinación de varias cabezas de flash dirigidas al fondo y desde arriba. Al ser un autorretrato reflejado, Wray muestra su modelo de cámara, una Hasselblad de formato medio, marca emblemática en fotografía.

IMAGEN 2





Autor: Michael Wray

Tema: Publicidad Margaret Astor

Fecha de publicación: Otoño 1980

Formato: 9x12cm.

Soporte: Diapositiva

Color: Color

Plano: General

Orientación: Horizontal

Técnica

Fotografía realizada en exteriores con cámara de gran formato y óptica angular con un diafragma intermedio para obtener una gran profundidad de campo. Se aprecia que la perspectiva de las líneas verticales del edificio o la farola son correctas. Esto solo se puede conseguir cuando el plano de la óptica y el de la película son paralelos al plano del objeto que vamos a fotografiar.

Estas cámaras incorporaban un nivel de burbuja que permitía conocer si la cámara se había colocado con o sin inclinación. Al mismo tiempo, cualquier error en la precisión de este nivel se podía visualizar en la pantalla de enfoque que incorporaba líneas horizontales y verticales en forma de retícula, permitiendo visualizar si los elementos a fotografiar tenían error de perspectiva. En el caso de que así fuera, se podía bascular hacia delante o hacia atrás ambos montantes para corregir la perspectiva vertical, o hacia la derecha o izquierda para la horizontal. Esto mismo se podía aplicar al encuadre.³⁴

³⁴ Se recuerda que todo este proceso se realiza con la visualización por parte del fotógrafo de los planos de los ejes vertical y horizontal invertidos tal como se ha especificado en la descripción de las características de las cámaras técnicas.

La complejidad técnica de esta imagen radica en dos puntos:

Ajustar la luz ambiente de la localización con la que se incorpora para iluminar a la modelo, al figurante que la acompaña y al vendedor de la derecha del cuadro, así como a la de los faros del vehículo. El procedimiento consiste en tomar algunas mediciones de la luz reflejada ambiente para luego tomar la medición incidente de aquellas partes de la imagen que se quieren correctas (la parte más cercana del suelo y el coche, la parte de la plaza Gendarmenmarkt de Berlín que queda iluminada por las luces de la farola y la fachada del edificio). De la media resultante obtenemos un punto de partida que sirve para determinar la luz que tenemos que regular para que llegue a la modelo, al soldado y al vendedor, sabiendo que las altas luces se van a sobreexponer –como la farola– y que las del coche se podrían ajustar –una persona se ocultaba en su interior para encender o apagar las luces en un momento determinado de la exposición–. Para la modelo y el figurante se ha incorporado una fuente de luz por el lado izquierdo del fotógrafo, y para el vendedor se incorpora otra luz por el derecho del mismo –véase cómo se corrige en temperatura de color el cartel que lleva el vendedor con respecto al inmediatamente situado a su izquierda que conserva la temperatura de color fría del entorno al no llegarle la luz dirigida al sujeto. Posteriormente se trata con los modelos el tiempo que deben permanecer estáticos (mecánicamente estas ópticas permitían hasta 1 segundo de exposición; para más tiempo era necesario abrir el obturador y calcular el tiempo con un reloj). Obsérvese como los tres actores han buscado puntos de apoyo para facilitar su estatismo y sin embargo el vendedor queda ligeramente movido. Es importante señalar la decisión del fotógrafo de subir la exposición que recibe la modelo (aproximadamente medio punto de diafragma) que permite que la atención del espectador recaiga inmediatamente sobre ella. Mediante una prueba con película Polaroid se visualizaba que todas las mediciones fueran correctas y se procedía a la carga de los chasis con película diapositiva para las tomas definitivas.

Trabajar con película diapositiva ajustada para 5.500°Kelvin (luz día) sabiendo que, por una parte, el entorno de la localización se va a ir a un tono frío (mucho más azul por tener una temperatura de color más alta) y por otra, aquellos elementos bajo la luz de las farolas, los faros o la luz que llega a los actores van a quedar en un tono más

cálido por estar a 3.200° Kelvin, aproximadamente. Hay que ser muy experimentado para previsualizar los efectos que la temperatura de color de las fuentes de luz de una localización van a crear en la misma y saber corregirlas o aprovecharlas. Así es en esta imagen: Michael Wray genera un ambiente frío de la noche de Berlín que nos puede transportar a otros momentos de la historia, haciendo un guiño al cine de espías e introduciendo una Matahari que destaca en la imagen por la exposición y por la calidez de la luz que la ilumina.

Iluminación

Debido a su relevancia se ha tratado en el apartado de Técnica.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano general nocturno de la plaza Gendarmenmarkt de Berlín en el que se encuentra en primer plano y a la izquierda de la imagen un vehículo antiguo, probablemente de los años 30-40, al que se va a subir una mujer rubia, elegantemente vestida, mientras un militar que hace de chófer le mantiene la puerta abierta. Composición diagonal desde los modelos al edificio que genera una gran profundidad de los distintos planos de la imagen. El punto inicial de lectura de la imagen es la protagonista femenina, una mujer que termina de maquillarse antes de proceder a subir al vehículo. En segundo plano de atención, un vendedor de alimentos parece observar la escena a la derecha del cuadro. De fondo, los edificios de la plaza Gendarmenmarkt se elevan majestuosos en la noche berlinesa. La imagen nos retrotrae a la época de la guerra fría, donde una mujer de relevancia, por su imagen y estilismo pero también por ser merecedora de ser recogida por un lujoso vehículo conducido por un militar norteamericano se toma su tiempo para terminar de maquillarse. El fotógrafo quiere generar un halo de misterio alrededor de esa mujer, que parece una espía de alto nivel que ha pasado la noche con algún cometido importante.

IMAGEN 3





Autor: Michael Wray

Tema: Publicidad Cosmética Panten

Fecha de publicación: hacia 1980

Formato: 135mm

Soporte: Diapositiva

Color: Color

Plano: $\frac{3}{4}$ o americano (modelos)

Orientación: Prácticamente cuadrada

Técnica

Fotografía realizada en exteriores en formato 135 (cámara Nikon), con óptica teleobjetivo largo (entre 300 y 500mm, Nikkor), en soporte diapositiva color, con una alta velocidad de obturación (sobre 1/1000) y un diafragma entre f8 y f11, que permite que la modelo que aparece en segundo término esté ligeramente desenfocada. Esto obligaba a que la sensibilidad de la película fuera muy alta, sobre 800ASA, con el fin de poder disparar muy rápido y con profundidad de campo. Por el contrario, se perdía definición debido al grano de la película para altas sensibilidades.³⁵

³⁵ En esta época era habitual forzar la película, esto es, partiendo de un ASA nominal, si en el momento de realizar la toma necesitábamos ganar en luz, disparábamos toda la película a una sensibilidad distinta. Posteriormente teníamos que avisar al laboratorio fotográfico el número de pasos que habíamos forzado la película y este se encargaba de ajustar todos los procesos de revelado para el nuevo ASA. No todas las películas reaccionaban bien a estos procesos pero es un hecho que las películas de ASA 400 tanto en negativo color o blanco y negro como en diapositiva, eran las mejores para estos casos. En ocasiones que como en este caso se habrían disparado varios carretes, se podía pedir al laboratorio que hiciera una cola de película por lo que el técnico cortaba un trozo del principio o final del carrete y lo procesaba para poder visualizar el resultado y sobre el mismo, determinar los ajustes de revelado necesarios.

Resaltar la precisión de un fotógrafo de moda y publicidad en cuanto al foco de una imagen de acción, algo más habitual en otros ámbitos, como la fotografía de deportes. El foco se tenía que conseguir manualmente girando el anillo de enfoque del objetivo y resulta sorprendente la precisión de Michael Wray ya que el foco queda perfecto en el jinete de primer plano.

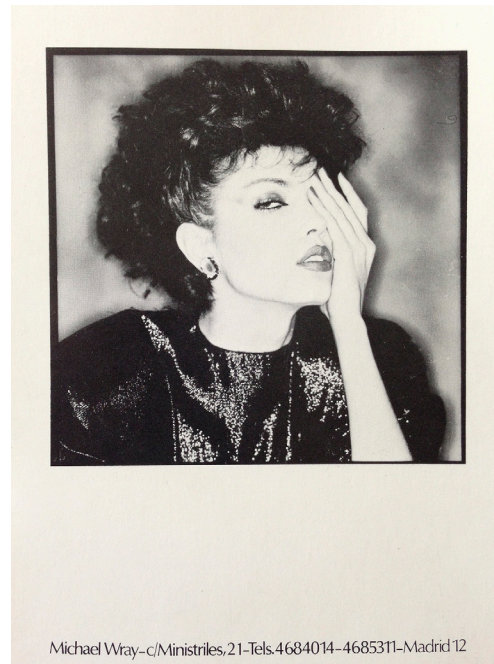
Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano americano de una pareja de jinetes en plena carrera sobre sus monturas y el cabello al viento para promocionar una marca de loción para el pelo. La cámara se sitúa a la altura del bocado del primer caballo. Ambos jinetes disfrutan de la acción. El fondo totalmente desenfocado, por el efecto del uso de un teleobjetivo largo, permite centrar la atención sobre los modelos, algo muy característico de Michael Wray en muchas de las tomas de exteriores de modelos para editoriales de moda

IMAGEN 4



Michael Wray-c/Ministriles,21-Tels.4684014-4685311-Madrid 12



Autor: Michael Wray.

Tema: Retrato para autopromoción

Fecha de publicación: Hacia 1980

Formato: 120mm. (6x6cm.)

Soporte: Negativo blanco y negro

Color: Blanco y negro

Plano: Medio corto

Orientación: Cuadrada

Técnica

Fotografía realizada en estudio con cámara Hasselblad de 6x6cm situada ligeramente por debajo del cuello de la modelo, bien con una óptica normal (80mm.) bien con un teleobjetivo corto (120-150mm.), diafragma intermedio (f.11) y en soporte negativo blanco y negro positivado sobre papel de alto contraste.

Iluminación

Flash anular, de cuyo uso Michael Wray es pionero en España desde los años 70³⁶.

³⁶ Ring-Flash o flash anular: flash que se monta alrededor del objetivo de la cámara y que puede ofrecer diferentes tipos de luz en función de la parte del mismo que se utilice pero, en su uso habitual, proporciona una luz frontal sin sombras en el rostro y con un registro fiel de los colores y tonalidades. Provoca sombras suaves que contornean a la modelo cuando ésta se sitúa cerca del fondo.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Imagen sacada de una postal de autopromoción. Plano medio de una modelo cercana a los treinta años con la cara en escorzo. Su ojo izquierdo es tapado por la mano izquierda y el derecho está entreabierto mirando a cámara con desinterés. La modelo queda contorneada por la sombra que el flash anular emite sobre un fondo de tela manchado, desenfocado y en los mismos tonos que el rostro y vestuario. La cabeza ocupa casi tres cuartos del cuadro. Una imagen que por el gesto de la modelo parece transmitir desdén y falta de interés por la toma que se está produciendo. Tapándose el ojo con la mano, la modelo rompe con la idea tradicional de pose preparada.

IMAGEN 5





Autor: Michael Wray

Tema: Retrato callejero

Fecha de publicación: Hacia 1980

Formato: 135mm.

Soporte: Negativo blanco y negro

Color: Blanco y negro

Plano: Medio

Orientación: Horizontal

Técnica

Fotografía nocturna realizada en exteriores con cámara Nikon 35mm., óptica normal (50mm) y flash de apoyo.

Iluminación

Flash autónomo directo. Hasta la comercialización a principios de los años 80 de los primeros flashes con sistema TTL³⁷, para realizar una toma con flash era necesario conocer el número guía del mismo.³⁸

37 El sistema TTL o "Through The Lens" (a través del lente) es el sistema por el cual los flashes externos determinan automáticamente que la exposición es correcta, es decir, que para un diafragma seleccionado la cantidad de luz emitida por el flash es la idónea. Valorar incluir en la bibliografía la referencia de MANUAL DE FOTOGRAFÍA, Jacobson R.E. Jacobson, G.G. Attridge, S. F. Ray, N. R. Axford (Ediciones Omega)

38 El número guía viene determinado por el valor de la distancia entre el flash y aquello que vayamos a fotografiar entendiéndose para una apertura de f/1 y un ASA 100. Para ello es necesario aplicar una sencilla fórmula para calcular el diafragma de trabajo en función de la distancia donde $N^{\circ}\text{Guía} = n^{\circ}f \text{ (diafragma)} \times d \text{ (distancia en metros)}$. Por ejemplo, si disponemos de un flash de NG=24, a 3m deberemos colocar un diafragma de f.8. o f.11/3 para una distancia de 2m.

El uso del flash era muy habitual entre los fotógrafos de la época, especialmente los reporteros gráficos, y cada uno tenía la experiencia suficiente como para realizar los cálculos de manera muy rápida o conocer las variaciones que su equipo le permitía.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Reproducción obtenida a partir de una copia en blanco y negro. Plano medio de tres personajes de la noche durante el periodo conocido como la movida madrileña. Un joven conocido en el ambiente nocturno madrileño es flanqueado por lo que parecen dos travestis que muestran un pecho al descubierto.

IMAGEN 6

BELLO COMO UN FELINO.



En cualquier grupo siempre hay quien sobresale, quien destaca entre todos. Porque es más fuerte, rápido, ágil, inteligente y seguro. Porque sus características son exclusivas. Como el nuevo Talbot 150.

LINEA AERODINAMICA
El nuevo perfil aerodinámico de su bella carrocería aumenta la velocidad. Y reduce el consumo.

LUJOSAMENTE EQUIPADO
Asientos anatómicos. Tapicería de terciopelo. Cerraduras y elevavinas eléctricos. Calefacción-ventilación independiente para los asientos delanteros y traseros.

TECNOLOGIA AVANZADA
Es el primer coche de España con una computadora en el tablero, que proporciona en el acto los datos de tiempo, velocidad media y consumo.

Para sacar el máximo partido a su forma de conducir. Y ahorrar combustible.

Puede elegirlo con cambio automático y programador, que mantiene la velocidad elegida en cualquier terreno. Automáticamente.

Y porque a un gran coche hay que pedirle más todavía, el nuevo Talbot 150, tiene dirección asistida, suspensión independiente a las cuatro ruedas, encendido electrónico, quinta puerta y modelos que funcionan con gasolina normal, la menos cara.

NUEVO TALBOT 150: COMO UN FELINO.

Cuando la belleza y la técnica se combinan, destacan del resto. Piénselo y compare sus nuevos tres modelos con los demás. Desde pesetas F.F.

En su concesionario más próximo.



EL ESPIRITU AUTOMOVILISTA.

TALBOT

Utilizamos sólo lubricantes 



Autor: Michael Wray.

Tema: Publicidad vehículo

Fecha de publicación: 1980

Formato: 135mm. o 120mm.

Soporte: Diapositiva

Color: Color

Plano: General

Orientación: Horizontal

Técnica

Esta imagen se ha realizado un equipo de formato medio. Es fácilmente apreciable por el error de perspectiva de los planos verticales (véase la puerta de entrada de la vivienda o las ventanas). Con una cámara de gran formato habría sido muy sencillo corregir este problema³⁹. Así, la elección del equipo resulta sorprendente. Lo lógico hubiera sido escoger un equipo de gran formato, tanto por el control técnico que Wray tenía en este tipo de formatos como por tratarse de una imagen publicitaria con salida en artes gráficas, para lo que las agencias de publicidad requerían diapositivas de gran calidad. Independientemente de que el posicionamiento del vehículo es extraño –situado encima del césped de la vivienda– hay unas cuestiones técnicas de relevancia

³⁹ Tan solo habría que haber colocado los planos del montante delantero (donde se sitúa la óptica) y del trasero (donde se está la pantalla de enfoque y donde se coloca el chasis con la película antes de obtener la toma), paralelos al plano vertical del edificio. El reencuadre final se podría haber ajustado subiendo o bajando y desplazando a izquierda o derecha los montantes.

en cuanto a la iluminación que se detallan en el siguiente apartado. La óptica utilizada es un ligero angular.

Iluminación

Se ha combinado la luz natural del atardecer (en el momento en que no hay proyección directa de la luz del sol) con la luz interior del hogar y la colocada dentro del vehículo para que se vean bien los asientos. Independientemente del juego de temperaturas de color que se produce, ya que la luz ambiente en ese momento es muy fría y tiende al azul, ambos interiores están a 3.200 °K, lo que visualmente se registra con un tono cálido. La complejidad técnica principal en cuanto al control de la luz radica en decidir el momento exacto para disparar la toma. Para ello se toma una medición de fotómetro del interior de la casa (obteniendo una velocidad de obturación y un diafragma para la exposición correcta del mismo). En este caso, se ha decidido dejar el interior aproximadamente entre un medio y un diafragma sobreexposto, con el objetivo de marcarlo más. Con esa medición se ajusta la misma para el interior del vehículo (lo que es técnicamente sencillo si la fuente de luz está conectada a un dimmer que permite esta regulación). A continuación solo hay que esperar a que la luz ambiente vaya bajando hasta el momento en que se encuentra entre ese medio y un diafragma subexpuesto respecto a las luces interiores. En este punto, la modelo debe permanecer muy quieta ya que la velocidad de obturación será muy lenta (aproximadamente 1 segundo de exposición). Como en ese momento del día la caída de la luz es muy rápida, el número de tomas que se pueden realizar para ajustar la exposición es muy limitado y arriesgado, ya que cualquier fallo en los cálculos conlleva tener que esperar al día siguiente para repetir la toma, con los costes añadidos que conlleva⁴⁰.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano general de una vivienda de clase media alta, con el nuevo Talbot 150 en el jardín al atardecer. Una mujer de 30-35 años luce el nuevo vehículo de la familia en el jardín de su propiedad como si de un trofeo se tratara.

⁴⁰ Conviene recordar que el proceso de revelado de diapositiva E-6 tardaba aproximadamente dos horas en realizarse así que las primeras imágenes no se podrían ver hasta las 09-09,30h de la mañana siguiente. Cualquier corrección posterior en el revelado de las siguientes tomas para forzar o subforzar la película conllevaba otras dos horas más de revelado.

IMAGEN 7





Autor: Michael Wray.

Tema: Moda novias

Fecha de publicación: Hacia 1980

Formato: 120mm. (6x6cm.)

Soporte: Negativo blanco y negro

Color: Blanco y negro

Plano: General

Orientación: Cuadrada

Técnica: Imagen realizada con cámara Hasselblad (véanse las dos marcas características de esta marca en el lateral izquierdo del fotograma) y una óptica normal de 80mm.

La imagen reúne muchas de las aportaciones de Wray en la fotografía de moda: movimiento de la modelo y las prendas, incorporación de elementos de atrezzo de apoyo a la modelo para interactuar, amplia sonrisa, complicidad de la modelo con el fotógrafo, y el valor de la imagen –parece sacada de un making of – que resulta ser elegida por su frescura e improvisación.

Todos los elementos de la imagen están perfectamente definidos a pesar de ser una imagen de acción⁴¹.

⁴¹ Esto se debe a que este tipo de cámaras incorporaban un obturador central, esto es, situado en el objetivo, lo que permitía sincronizar el destello de flash a cualquier velocidad (en este caso a 1/500 que es lo que permite el sistema). Esto no era posible hacerlo con cámaras de 35mm. ya que éstas sincronizaban con flash a una velocidad de obturación de 1/60"o 1/125", por lo que en acciones de mucho movimiento era fácil que algunas partes de la imagen salieran movidas.

Iluminación

Luz general de flash colocado por encima y a la derecha de la modelo que permite que la modelo quede iluminada homogéneamente y se obtengan diferentes volúmenes en el vestuario de la modelo.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano general de una modelo de 25-30 años vestida de novia, entrando de un salto de izquierda a derecha de la imagen mientras sonríe con un ramo de flores en la mano.

IMAGEN 8





Autor: Michael Wray.

Tema: Retrato Moda

Fecha de publicación: Hacia 1985

Formato: 135mm.

Soporte: Diapositiva (alta sensibilidad ASA400 probablemente forzada a 800)

Color: Color (Versión blanco y negro: copia en papel de alto contraste)

Plano: Medio corto

Orientación: Vertical

Técnica

Imagen realizada con cámara de 35mm. y un teleobjetivo muy largo, entre 300-500mm. de distancia focal, y aprovechando la máxima luminosidad del objetivo.

Esta imagen, probablemente de algún editorial de moda, reúne muchas características técnicas propias de las fotografías de Michael Wray y que serán incorporadas al ámbito de la fotografía de moda en España en los años que se tratan en esta Tesis.

Como se detallará en el caso de estudio de la revista TELVA, desde mediados de los años 70 Wray es pionero en la exposición para sombras de las modelos, es decir, en lugar de trabajar con la luz directa del sol se coloca a la modelo donde no le llegue la luz, consiguiendo que los rostros y las prendas estén uniformemente iluminados –sin sombras duras o parásitas–, al tiempo que utiliza la luz del sol que ilumina al pelo

para separar a la modelo de un fondo que desenfoca radicalmente generando paletas cromáticas como si de un fondo de estudio se tratara. Esto lo consigue mediante el uso de objetivos de distancia focal muy larga. Su técnica era exponer para sombras sobreexponiendo la toma en un diafragma respecto de lo que indicaba el fotómetro en medición incidente. De esa forma obtenía suavidad en los rostros y detalles en las prendas. Al mismo tiempo utilizaba diafragmas muy abiertos, lo que le permitía poder generar desenfoques ópticos desde los planos inmediatamente posteriores al del rostro (que siempre está enfocado) y, lógicamente, obtener la máxima velocidad de obturación posible respecto al ASA de la película diapositiva que hubiera elegido, evitando que las imágenes salieran trepidadas.

En este caso parece haber ido un paso más allá al utilizar una luz muy baja, pero apoyándose en algún elemento para obtener el tono y suavidad del rostro. Técnicamente existen dos opciones realizar esta toma:

Momentos antes de la caída del sol se apoya en un reflector que sitúa al lado de cámara y que recoge parte de la luz directa del sol en ese momento. El grano de la película es apreciable por lo que podemos determinar que estaba usando película de 400 ASA, probablemente forzada un diafragma en laboratorio. Es muy factible que la imagen se tomara de esta forma aun con el riesgo de que las condiciones de luz en ese momento varían rápidamente, es decir, hay que aprovechar en unos escasos minutos esta hora mágica de luz.

La segunda opción pasa por una menor improvisación y consiste en elegir el escenario que se desea para colocar a la modelo. La hora elegida también es al atardecer. Aunque no hace falta llevarlo al extremo del caso anterior es necesario montar un flash muy cerca de cámara. Como hemos visto anteriormente, las cámaras de 35mm. de esta época sincronizaban el flash, por lo general, a una velocidad de obturación de 1/125. Aunque se dispusiera de un modelo Nikon avanzado que sincronizara a una mayor velocidad, la realidad es que el fotógrafo se vería igualmente obligado a montar la cámara sobre un trípode y así evitar la trepidación que produce una óptica tan larga a una velocidad de obturación lenta si es usada disparando con cámara en mano. En

este punto el fotógrafo tiene dos alternativas: o sincronizar la potencia del flash a la luz ambiente, obteniendo un efecto visual perfectamente homogéneo, o dar prioridad a la exposición que genera el flash y, en caso de estar por encima de la luz ambiente, el efecto visual en el entorno sería el de una hora del día más tardía. Considero que esta última opción como la más factible pero técnicamente es imposible determinar cuál de ellas utiliza Wray.

El efecto visual final es el de una atmósfera que nos recuerda a países del norte de Europa, lo que para el estilismo de la modelo y la finalidad del editorial de moda es perfecto. El resultado fue, sin duda alguna, del agrado del Wray, hasta el punto de que en su archivo se consiguió encontrar una versión de la misma imagen realizada en película de alto contraste.

Iluminación

Determinada en la descripción técnica.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano general medio corto de una modelo de 25-30 años vestida de invierno, con gabardina, bufanda y sombrero, mirando pensativa a cámara y en una localización exterior natural que queda totalmente desenfocada. La luz suave del atardecer, la brisa que mueve el pelo y la textura de la imagen generan una sensación de sosiego que se acentúa por la mirada de la modelo.



IMAGEN 9





Autor: Michael Wray.

Tema: Retrato belleza para promoción cosmética Galerías Preciados

Fecha de publicación: Hacia 1985

Formato: 120mm. o 135mm.

Soporte: Diapositiva

Color: Color

Plano: Primer plano

Orientación: Vertical

Técnica

Fotografía de estudio con la cámara situada ligeramente por debajo de los ojos de la modelo. Es difícil determinar el formato exacto con el que se realizó la imagen. El hecho de estar realizada con flash anular descarta prácticamente que la toma se realizara con cámara de gran formato ya que, dadas sus características, difícilmente se podía acoplar. Es por ello que se puede determinar que se realizó con formato medio o en 35mm. La imagen tiene mucho foco, lo que determina que se disparó con un diafragma cerrado, bien con una óptica normal bien con un teleobjetivo muy corto.

El corte superior a la altura de la frente es probable que se produjera en el montaje final, en imprenta, pero denota que la imagen se tomó en origen con un plano muy

cercano para realzar el maquillaje y el color rojo de labios y vestuario a juego con la identidad corporativa de la marca.

Iluminación

Flash anular con apoyo en la parte inferior.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos: Plano medio frontal del rostro de una modelo cercana a los treinta años, con el cuerpo ligeramente en escorzo y mirando a cámara en un plano muy cerrado enfatizando los valores del maquillaje que incorpora dando relevancia al objetivo comercial de la imagen.

PRIMAVERA, AÑOS VEINTE

Felices, pero también primaverales y egipcios. Los años 20, en forma de moda, han regresado a El Cairo, a las pirámides, al Nilo, a los templos dedicados al dios Sol, al desierto... Esta de la moda del 85 es una invasión pacífica de la estética y de la belleza femenina que ha avanzado la llegada de la primavera a uno de los más insospechados rincones del mundo.

NO ESTABA ANGELA ALLI, CON ESTE CONJUNTO DE PUNTO: CHAQUETA CARDIGAN LISA Y FALDA EN CANALE, A JUEGO, CUANDO CURCHILL OCUPABA ESTA HABITACION DEL HOTEL MENA HOUSE, DESDE CUYA TERRAZA SE OFRECE LA MARAVILLOSA VISION DE LA PIRAMIDE DE KEOPS, LA MAS GRANDE DE GIZEH.



Autor: Michael Wray.

Tema: Moda (Revista Novedades)

Fecha de publicación: Hacia 1985

Formato: Podría ser 9x12cm.

Soporte: Diapositiva

Color: Color

Plano: $\frac{3}{4}$ americano

Orientación: Vertical

Técnica

Fotografía realizada en exteriores de Egipto para la revista Novedades de El Corte Inglés. Como se ha comentado anteriormente, Wray es un especialista en las tomas fotográficas en exteriores, colocando a la modelo en contra de la luz del sol y exponiendo para sombras al mismo tiempo que sobreexpone la imagen entre $\frac{2}{3}$ y 1 punto de diafragma. Esto le permitía obtener rostros perfectamente iluminados, sin sombras duras y con el brillo del sol en cabellos, prendas o tocados. Esta técnica está presente en innumerable cantidad de portadas e interiores de las revistas de moda de los años 80 (Telva, Dunia, Ama, Cómplice, etc.), principalmente en primeros planos fotografiados con teleobjetivos, desenfocando fondos y centrando la atención sobre la modelo.

En el caso de los editoriales de moda en los que se viajaba a decorados naturales, y con el objetivo de integrar la experiencia de la moda con los entornos elegidos, era muy importante poder visualizar tanto el vestuario como el entorno, por lo que, como ocurre en esta imagen, si bien se mantiene la técnica descrita, el plano se abre y las ópticas pasan a ser más cortas.⁴²

En esta imagen la pose es tranquila, meditada, y se aprecia una gama muy alta de detalles en el vestuario y accesorios de la modelo, lo que implica que ha sido realizada en gran formato. La paleta de colores del entorno y el estilismo de la modelo en perfecto equilibrio.

Iluminación

Luz natural aplicada como se ha comentado en el apartado

Técnica. Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano americano de modelo, apoyada sobre la barandilla de lo que parece ser la terraza de un hotel, y con una mirada reflexiva fuera del eje de cámara. Al fondo, una de las pirámides de Giza, en el Cairo.

⁴² Entre el material recogido para la elaboración de este estudio, se han encontrado numerosos Polaroids 9x12cm. de sesiones de moda en lugares remotos, lo que quiere decir que son pruebas anteriores a la toma con material diapositiva. Sin duda eran los equipos que mayor calidad proporcionaban pero sorprende porque limita la agilidad en la variedad de tomas y la interacción con la modelo.

IMAGEN 11





Autor: Michael Wray.

Tema: Retrato Moda

Fecha de publicación: Hacia 1985

Formato: 135mm

Soporte: Negativo blanco y negro probablemente TRI-X de ASA400 forzada. Se aprecia un grano marcado.

Color: Blanco y negro

Plano: Medio

Orientación: Cuadrada

Técnica

Fotografía en localización interior, realizada probablemente con cámara de 35mm., situada por encima de los modelos con un diafragma intermedio y soporte negativo blanco y negro.

Iluminación

Wray hace uso de una luz dura, dinámica, que marca la intensidad del momento con una gama tonal de grises equivalente, dejando los rostros limpios y evitando sombras fuertes. Detrás, se hace evidente una luz focalizada hacia los modelos, que transmite la idea de una puesta en escena cinematográfica, con claros referentes al cine negro,

a la femme fatale, al cine de Antonioni o Visconti, a la Nouvelle Vague, y a fotógrafos del ámbito cinematográfico como Cecil Beaton, Man Ray o David Hamilton.

La imagen sugiere instantaneidad, como si los protagonistas hubieran sido fotografiados por sorpresa o como si se trataran de imágenes robadas de un rodaje, en una composición muy bien estudiada y con una técnica muy cuidada.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano medio de una pareja de modelos cercanos a los treinta años vestidos de gala en un interior; podría tratarse de un club privado o de la barandilla del palco de un teatro. Se entiende que están juntos pero al mismo tiempo se ignoran. Ella se sitúa a la izquierda del cuadro, apoyada sobre lo que parece una barandilla que cruza el cuadro de forma diagonal y parece fijarse en un naípe, ignorando la presencia de su acompañante. Él parece estar pendiente de algo del entorno. El alto contraste de la toma impide ver claramente lo que coge con la mano, pero parecen ser unos prismáticos. La cámara está situada por encima de los modelos y parece simular una fotografía robada por un paparazzi o un espía en una puesta de escena cinematográfica.

IMAGEN 12



Un romántico traje de organza (izquierda). Las mangas son transparentes y llevan margaritas aplicadas. El tocado es de organza plisada con adorno de margaritas (Alfredo Caral). Junto a estas líneas un vestido de seda salvaje. El cuerpo es de encaje y se abrocha en la espalda; la falda es recta. Tocado y vestido son de Mi Querida Señorita.



Autor: Michael Wray.

Tema: Retrato Moda Novias

Fecha de publicación: Hacia 1990

Formato: 120mm.

Soporte: Diapositiva

Color: Color

Plano: Medio

Orientación: Vertical

Técnica

Fotografía de estudio, probablemente con cámara de medio formato –por la calidad que se obtiene de los detalles pequeños y por estar situada a la altura de los brazos de la modelo–. Quedan patentes características propias del estilo de Michael Wray heredadas de sus prácticas en los años 70 y 80:

Fondos de colores: en este caso, amarillo. Michael Wray fue pionero en la inclusión de fondos de diversos colores, rompiendo el clásico color negro –propio de los años 70– y los posteriores tonos blancos o grises.

El movimiento en las modelos: en este caso, la modelo está terminando de colocarse un pendiente. Wray fue precursor de la complicidad con las modelos y de aprovechar

“tomas falsas” para ser utilizadas para su publicación, algo muy característico de él en los primeros años ochenta.

Iluminación

Utiliza luz dura directa casi frontal a la modelo desde la parte izquierda del fotógrafo, con un corte de luz a la altura de los pantalones. Mediante el uso de una ventana difusora en diagonal se ilumina el fondo en degradado, partiendo de un amarillo más claro, casi blanquecino, producto de la cercanía de la fuente de luz, y su sobreexposición hacia el amarillo intenso de la parte superior izquierda del fondo.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano medio largo de una modelo cercana a los treinta años muy sonriente, con mirada directa a cámara y con el cuerpo en posición inclinada por la acción de colocarse el pendiente de la oreja derecha, generando una diagonal contra un fondo de color intenso amarillo.

La imagen transmite la felicidad de una novia mientras se prepara para la ceremonia, con los nervios propios del momento –con el detalle del pendiente que parece estar terminando de colocarse–.

IMAGEN 13



Camiseta-manga
larga de **Naf Naf**.
Falda de **Gas**.
Gafas de



Autor: Michael Wray.

Tema: Retrato Moda

Fecha de publicación: Hacia 1990

Formato: 135mm.

Soporte: Diapositiva revelada como negativo color o viceversa

Color: Color desvirtuado por proceso en laboratorio

Plano: Medio largo

Orientación: Vertical

Técnica

Fotografía de estudio realizada con cámara de 35mm situada ligeramente por encima de la modelo, con una óptica angular muy cerca de ella –lo que afecta a la perspectiva y a la deformación de la cabeza respecto al cuerpo– y un diafragma muy abierto –el foco empieza a perderse en el comienzo de la falda–.

Para esta toma se utilizó la técnica del proceso cruzado que consistía en el uso de un negativo color revelado con el proceso E-6 para diapositiva color, o el proceso inverso, el uso de diapositiva revelada con el proceso C-41 para negativo color. Es una técnica que se puso de moda a principios de los años 90 y que daba como resultado imágenes

saturadas y contrastadas, tonos de piel desvirtuados y efectos muy llamativos, pero muy poco controlables.

Iluminación

Luz general directa casi frontal a la modelo y fondo uniformemente iluminado con dos o tres cabezas de flash, sobreexponiendo aproximadamente dos diafragmas respecto a la luz incidente en la modelo.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano medio largo de una modelo cercana a los treinta años con mirada seria, fuera del eje de cámara, y posición del cuerpo con el hombro derecho hacia delante y la cadera izquierda hacia atrás. La gama de colores está muy igualada entre el vestuario y los complementos. La pose de la modelo le da un aire de modernidad y rebeldía, una mujer independiente que luce su figura contorneándose como lo podría hacer en un “garito de la noche madrileña”. El rostro está saturado, por el efecto derivado del proceso cruzado en laboratorio, tirando a tonos blanquecinos, lo que contrasta con el fuerte maquillaje de sombras profundas. El fondo queda blanco uniforme y muy sobreexpuesto.

La imagen de la modelo transmite rebeldía y modernidad.

IMAGEN 14





Autor: Michael Wray.

Tema: Moda retrato.

Fecha de publicación: hacia 1990.

Formato: 9x12cm.

Soporte: Polaroid.

Color: Blanco y negro.

Plano: Medio.

Orientación: Vertical.

Técnica

Fotografía de estudio realizada con cámara de placas Sinar 9x12cm. situada ligeramente por debajo de los ojos de la modelo, con una óptica normal (150mm.)⁴³, un diafragma intermedio para este formato (f.22-f.32) y en soporte Polaroid.

Como se ha tratado anteriormente, la complejidad principal para realizar tomas de personas con cámaras de gran formato, además de la precisión en la elección de los planos que queremos a foco, radica en el movimiento que se pueda producir por parte del sujeto a fotografiar durante el tiempo que se tarda en cerrar y cargar el obturador en

⁴³ Como ya se trató en el análisis de otra imagen, la óptica considerada "normal" para cualquier formato, viene determinada por la hipotenusa del formato de la película o sensor que se trate. En el caso del ejemplo $H = \sqrt{C1^2 + C2^2}$, $H = \sqrt{90^2 + 120^2} = 150\text{mm}$.

la óptica, introducir el chasis de película, liberar y exponer la placa con una determinada velocidad de obturación, ya que el punto de foco puede variar.

Esta imagen confirma la teoría de que las imágenes realizadas por Wray en estos años pasan a ser sobrias, elegantes, con abundancia en el uso del blanco y negro o paletas de colores homogéneos. Los modelos han dejado de sonreír, parece que ya no se divierten durante la sesión fotográfica. Ahora establecen otro tipo de conexión con el fotógrafo. Desaparece todo aspecto comercial en las imágenes y pasan a tener un estilo que bien podría exponerse en las paredes de una galería de arte. Igualmente, desaparece el movimiento presente en las imágenes de moda más comerciales. Priman las miradas directas a cámara y la seriedad de los rasgos. Grises, negros y blancos, profundos y marcados.

Señalar la posición de la modelo en el cuadro que rompe con normas académicas y se sitúa a la izquierda dejando el aire por la derecha.

Iluminación

Tradicionalmente podemos dividir los planteamientos de configuración de iluminación en dos tipos: los denominados High Key o Low Key. El primero se caracteriza por iluminaciones que no generan sombras profundas o contrastadas, donde predominan las altas luces y fondos claros o sobreexpuestos, tonos suaves y detalles definidos. Mayoritariamente es una técnica que se emplea en muchas propuestas vinculadas a moda y publicidad, y más evidente en temas vinculados a cosmética. La técnica Low Key es justamente lo contrario: iluminaciones más duras con sombras marcadas y zonas de alto contraste, con predominio de luces y sombras, tonos y fondos densos y oscuros. Habitualmente se utiliza en técnicas de retrato o desnudo al generar un efecto más dramático, melancólico u onírico. Lo que es más difícil de encontrar en estos años son imágenes en las que se mezclan ambos planteamientos de iluminación como es el caso de la imagen aquí tratada. Tenemos un planteamiento de iluminación para el fondo en High Key (claro y prácticamente uniforme) y en Low Key para la modelo. Su ojo izquierdo apenas se aprecia gracias a una pequeña entrada de luz y se degrada

inmediatamente a negro producto de haber colocado la luz principal a la izquierda, a unos 60° y por encima de la modelo. Si pudiéramos cambiar el fondo blanco por uno negro, la imagen tendría un efecto dramático, donde se perdería totalmente la prenda y atrezzo de la modelo. Igualmente, si la luz principal estuviera colocada más frontalmente y con un refuerzo por la derecha para matizar la sombra, la mirada de la modelo difícilmente podría tener la misma fuerza. En conclusión, la combinación de ambas técnicas tiene sentido en cuanto a los objetivos que se cumplen en el planteamiento que se pretendía, una imagen potente, elegante, estéticamente muy bella que al tiempo permite tener un aspecto comercial en cuanto a los complementos.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano medio largo de una modelo de 25-30 años que lleva un top de piel muy corto de cuello alto sin mangas, y un tocado de rejilla. Distintos factores, como el encuadre y la posición de la modelo en el mismo (fuera de normas de composición), el contraste y la mirada de la mujer hacen de esta imagen una pieza elegante llena de una enorme belleza.

IMAGEN 15





Autor: Michael Wray.

Tema: Moda retrato.

Fecha de publicación: hacia 1990.

Formato: 9x12cm.

Soporte: Polaroid.

Color: Color

Plano: $\frac{3}{4}$ americano.

Orientación: Vertical.

Técnica

Fotografía en exteriores, realizada seguramente en India. Wray elige una localización con una entrada de luz solar de forma puntual de manera que la modelo queda iluminada en su torso e inmediatamente la luz se degrada y oscurece a la altura de las piernas. Este efecto centra la atención en la modelo y el entorno se oscurece por la diferencia en la exposición. Lo sorprendente de esta imagen es que está realizada con cámara técnica de 9x12cm. Una imagen que parece la acción de una turista integrada en la frenética vida cotidiana de alguna población hindú, en realidad lleva su tiempo de preparación y realización. Una vez localizado el lugar exacto para hacer la toma, (lo que sin duda debió surgir sobre la marcha al apreciar Wray la entrada de luz y el efecto visual de la zona de sombra), hay que colocar a la modelo de forma estática sobre la bicicleta. A continuación hay que colocar el trípode con la cámara de gran formato en

medio de la calle, a una distancia aproximada de dos metros de la modelo y con una óptica normal para este formato (150mm). A continuación hay que encuadrar, enfocar y mantener a la modelo en el mismo lugar mientras se realiza la toma. Al ser una zona de entrada directa del sol, se realizaría con toda probabilidad una medición de luz incidente⁴⁴ en ese punto. Al ser un plano amplio, los montantes de la cámara están muy cercanos entre sí por lo que se produce una mínima pérdida de luz por la distancia del fuelle, y sobre la medición del fotómetro Wray aplicaría una corrección basada en la experiencia (aproximadamente medio diafragma de ganancia) y expondría la imagen. Después de pasar aproximadamente un minuto para el revelado del Polaroid y valorar la exposición y el encuadre, se repetiría el proceso con chasis de película diapositiva. En este caso, lo habitual era realizar dos o tres tomas para asegurarse la toma perfecta. Tengamos en cuenta que, como se ha mencionado en el apartado dedicado a la película fotográfica en diapositiva, el margen de error en este soporte era muy grande si la exposición no era correcta, ya que medio punto de sub o sobre exposición era suficiente para que la imagen no fuera válida. Es por ello que en muchos casos se disparaban dos o tres placas a la exposición que el fotógrafo consideraba correcta en función de la marcada en el Polaroid. Posteriormente se revelaba una en el laboratorio por si había que corregir en la siguiente, o se disparaba haciendo un horquillado de más medio y menos medio diafragma, o de más medio y más un diafragma, ya que la diapositiva saturaba y contrastaba mucho más que el material Polaroid. Estas decisiones las tomaba el fotógrafo en función de su experiencia.

Si bien se reitera la enorme calidad del formato (valoremos la diferencia de un soporte de 135mm. que mide 24x36mm. a uno de 9x12cm.) se limita mucho la acción de la modelo ya que no existe la posibilidad de reenfoque durante la toma.

Sin embargo se consigue que visualmente parezca que se produce esa interacción de la modelo con su entorno cuando en realidad está quieta en el mismo punto.

Iluminación

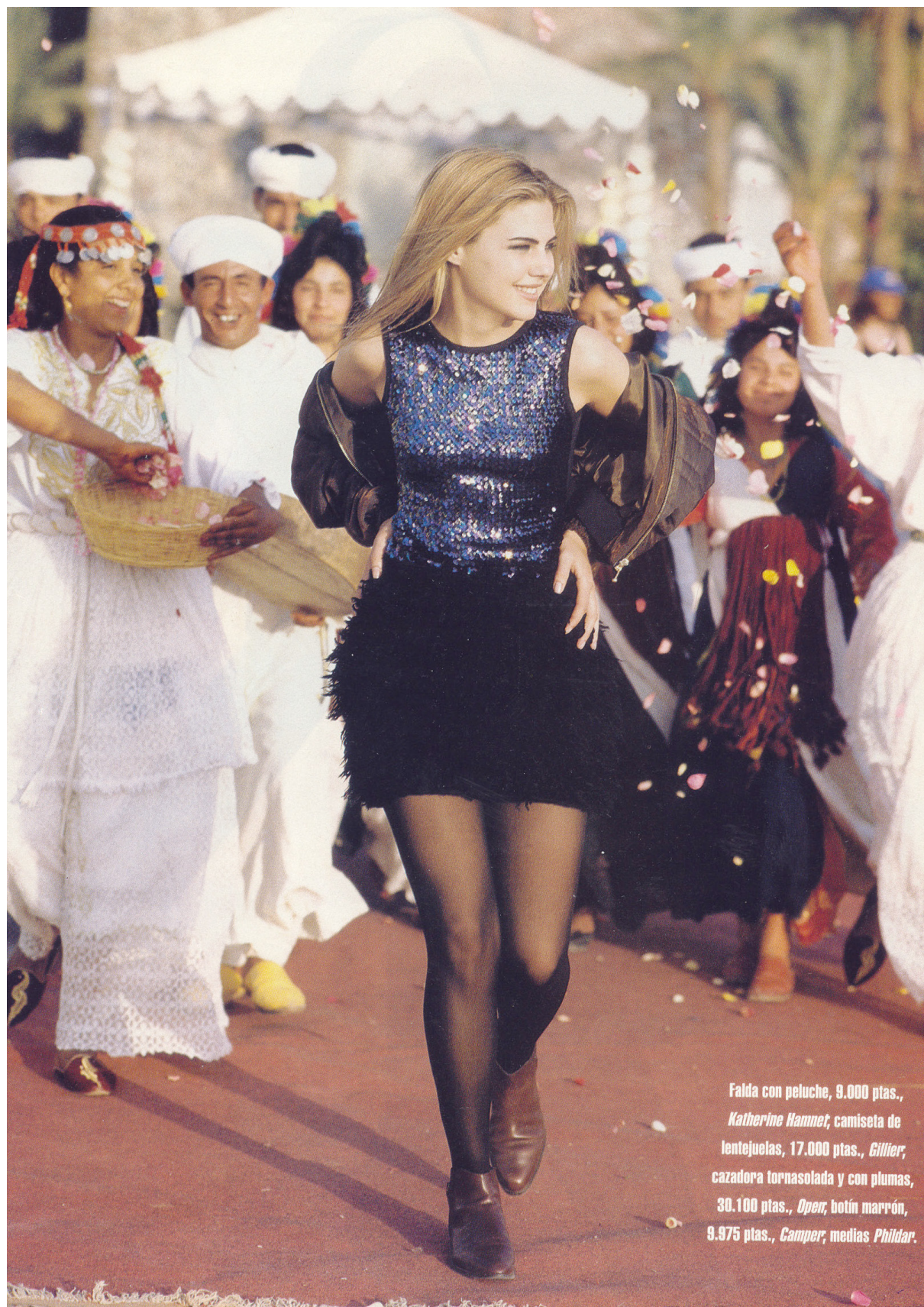
44 Hay dos sistemas de medición con fotómetro de mano: Desde cámara hacia la escena se denomina luz reflejada y es como operan los fotómetros incorporados en las cámaras fotográficas electrónicas, o midiendo con el fotómetro en el lugar exacto donde se sitúa el sujeto a fotografiar y en dirección a la fuente de luz, lo que se denomina luz incidente (y que es la que realmente llega al sujeto).

Luz natural directa del sol

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano americano de una modelo montando en bicicleta por una bulliciosa calle de una ciudad hindú, de la que parece quedar aislada por el efecto de una luz puntual que cae sobre ella. Paleta de colores del entorno y el estilismo de la modelo en perfecto equilibrio. La imagen juega con la integración de una modelo occidental en un ambiente bullicioso de una ciudad de la India.

IMAGEN 16



Falda con peluche, 9.000 ptas.,
Katherine Hammet; camiseta de
lentejuelas, 17.000 ptas., *Gillier*;
cazadora tornasolada y con plumas,
30.100 ptas., *Open*; botín marrón,
9.975 ptas., *Camper*; medias *Phildar*.

modelo como las personas que aparecen en la imagen están avanzando hacia el lugar en el que se ha posicionado el fotógrafo. Este reenfoque continuo sólo es posible con un material ágil como es el 35mm.

Iluminación

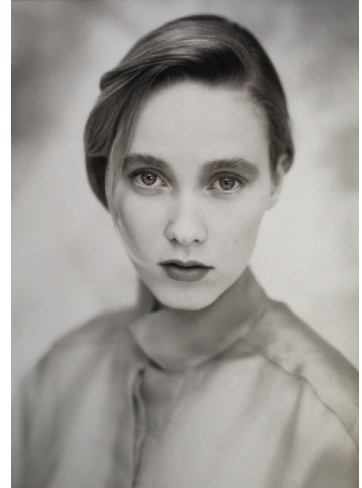
Luz natural directa a una hora tardía en la que el sol está ya bajo por lo que disminuye la temperatura de color y el resultado es más cálido.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Plano general de una jovencísima Elsa Pataki encabezando un festejo tradicional en una ciudad marroquí con luz de la tarde. Como en muchas ocasiones, Wray integra a la mujer occidental en un ambiente exótico.

IMAGEN 17





Autor: Michael Wray.

Tema: Moda retrato.

Fecha de publicación: hacia 1995.

Formato: 20x25cm.

Soporte: Polaroid

Color: Blanco y negro

Plano: Medio

Orientación: Vertical

Técnica: Fotografía de estudio realizada con cámara de placas Sinar 20x25cm, situada ligeramente por encima de los ojos de la modelo, con óptica angular y diafragma muy abierto. Un enfoque muy preciso consigue tener a foco el plano comprendido entre la nariz y un poco más allá de los ojos. Inmediatamente por delante y por detrás, el foco se pierde generando un desenfoque óptico de gran belleza y elegancia al centrar la intensidad de la imagen en la mirada de la modelo. Como se ha apuntado al hablar de las cámaras técnicas, este efecto se consigue mediante el control del enfoque por la elección del diafragma y los planos que se quieren a foco.

Este es otro ejemplo de que las imágenes realizadas por Michael Wray en estos años pasan a ser sobrias, elegantes, y en las que abunda el blanco y negro o paletas de colores homogéneos. Desaparece el movimiento presente en las imágenes de moda

más comerciales. Priman las miradas directas a cámara y la seriedad de los rasgos. Grises, negros y blancos, profundos y marcados.

Iluminación: dos luces muy tamizadas para generar una iluminación extremadamente suave. Una por la parte derecha de la imagen y ligeramente por encima de la modelo. La segunda desde arriba.⁴⁵

Lectura e interpretación de los elementos icónicos: Plano medio de una modelo cercana a los treinta años con mirada seria y directa a cámara, y posición del cuerpo en escorzo. El rostro está ligeramente inclinado y ocupa un poco más de la mitad superior de la imagen; viste una chaqueta de cuello alto cerrada. El encuadre es casi central con un ligero desplazamiento del rostro hacia la derecha de la imagen. El fondo de tela “manchada” tiene los mismos tonos de la piel y la ropa de la modelo. La imagen de la modelo es tremendamente elegante por la sencillez de los elementos. La profunda mirada de la modelo transmite dureza y frialdad.

45 Técnicamente, a menor profundidad de campo la velocidad de obturación es más rápida por lo que en este caso se conjuga el valor estético de la imagen con la posibilidad real de poder hacer la fotografía ya que para una profundidad de campo mayor se necesitaría, por un lado un tiempo de exposición más largo por lo que se incrementan las posibilidades de que el modelo varíe su posición en cuestión de milímetros y se produzca un desenfoque, o por el otro, una potencia enorme de la fuente o fuentes de luz.

IMAGEN 18





Autor: Michael Wray.

Tema: Moda retrato belleza para promoción cosmética.

Fecha de publicación: hacia 1995.

Formato: Sin poder definirlo

Soporte: Diapositiva

Color: Color

Plano: Primer plano

Orientación: Vertical

Técnica: Fotografía de estudio realizada con la cámara situada a la altura del pecho y contrapicada. La simetría es prácticamente total, a excepción de las orejas, y se rompe por la mano que entra de izquierda a derecha del plano que muestra cuestiones comerciales relacionadas con la belleza de las manos.

La enorme calidad de la imagen parece determinar que la toma se realizó con cámara de gran o medio formato, si bien no es posible precisarlo con exactitud. Incluso podría haber sido realizada con un formato de 35mm y una óptica fija de gran calidad. Independientemente del formato, lo que parece evidente es que se ha realizado con una óptica de distancia focal normal y con un diafragma bastante cerrado que determina una profundidad de campo muy amplia.

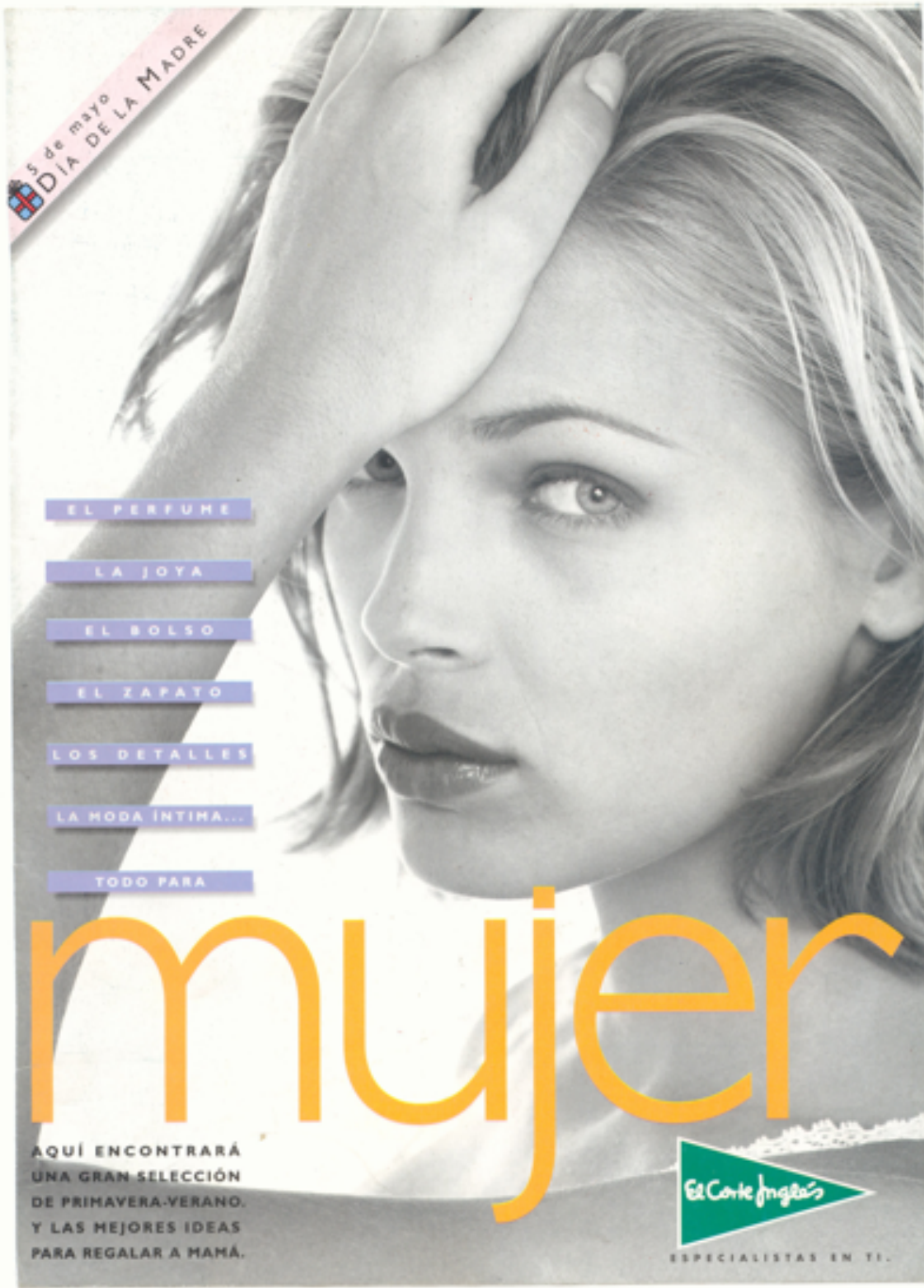
Iluminación

Para el rostro se ha utilizado una luz principal dura frontal, por encima de la modelo, a la que esta dirige la mirada. Esta luz se recoge en una superficie reflectante colocada a la altura del pecho de la modelo que levanta la sombra que la luz principal genera en el cuello y en la parte inferior de los labios. De esta forma la zona de sombra queda perfectamente equilibrada al tener una densidad y tonalidad similares a la zona de luz. Los laterales del rostro están perfectamente equilibrados con dos luces verticales muy tamizadas que se colocan de forma paralela y por detrás de la modelo y que son ajustadas en potencia de luz aproximadamente medio diafragma más que la principal. Por último, el fondo se ha iluminado de forma separada y uniforme por ambos lados y parte superior, obteniendo un color blanco que, a diferencia de otras ocasiones en las que el blanco se eleva con una sobreexposición de dos diafragmas respecto de la luz principal, se mantiene en un blanco con densidad que parece estar ajustado en diafragma a la luz principal.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Primer plano de una modelo de unos veinticinco años con la cara frontal y levantada hacia la luz que junto al maquillaje generan un rostro perfectamente cuidado.

IMAGEN 19



5 de mayo
DÍA DE LA MADRE

EL PERFUME

LA JOYA

EL BOLSO

EL ZAPATO

LOS DETALLES

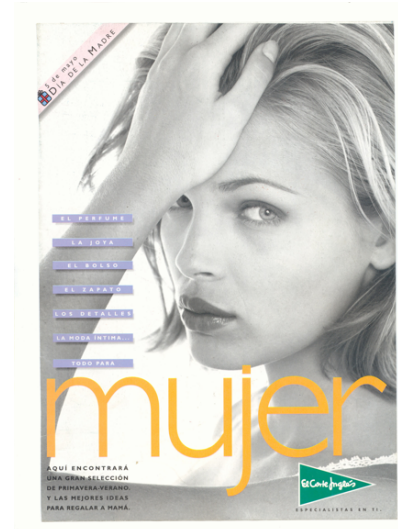
LA MODA ÍNTIMA...

TODO PARA

mujer

AQUÍ ENCONTRARÁ
UNA GRAN SELECCIÓN
DE PRIMAVERA-VERANO.
Y LAS MEJORES IDEAS
PARA REGALAR A MAMÁ.

El Corte Inglés
ESPECIALISTAS EN TI.



Autor: Michael Wray.

Tema: Moda retrato belleza para promoción cosmética.

Fecha de publicación: hacia 1995.

Formato: Probablemente 120mm.

Soporte: Negativo blanco y negro (positivado en bajo contraste)

Color: Blanco y negro

Plano: Primer plano

Orientación: Vertical

Técnica

Fotografía de estudio realizada con la cámara situada a la altura de los ojos de la modelo. De características similares a la técnica empleada en la imagen de análisis nº 18, Wray ha incluido en el primer plano del rostro la mano de la modelo.

Al igual que en caso de análisis anterior, resulta imposible determinar el formato en el que se tomó la imagen. Por la calidad de la imagen resultante, se podría determinar que la toma se realizó con cámara de gran o medio formato pero no es posible precisarlo con exactitud.

Se ha realizado con una óptica de distancia focal considerada normal para el formato que fuere y un diafragma intermedio que determina el foco desde el brazo de la modelo

–primer punto a foco– hasta el final del rostro. El hombro derecho, posicionado en escorzo, queda ya desenfocado.

Iluminación

En un método de iluminación que parece funcionar estéticamente para los resultados que desea, la característica de Michael Wray es que jamás repite. Si bien parece utilizar la misma fuente de luz principal que en la imagen 18, esta pasa a ser un refuerzo para levantar (en cuanto a luz se refiere) el rostro respecto a un fondo muy sobreexpuesto. Esta técnica de “reventar” los blancos es característica de Wray y proporciona una luz procedente del fondo que se puede recuperar mediante reflectores por delante de la modelo, hasta el punto de que en ocasiones puede no hacer falta añadir otra fuente de luz para el rostro. En esta ocasión, la fuente de luz frontal sirve para marcar un poco más el rostro y rebajar la diferencia de exposición de un fondo muy sobreexpuesto que marca un bonito brillo de luz en el ojo, mientras que es la propia luz del fondo la que perfila la parte izquierda del rostro de la modelo.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Imagen sacada de una revista. Primer plano de una joven Esther Cañadas con el rostro lateral apoyando la frente en una mano.

IMAGEN 20



Secretos
DE BELLEZA⁹⁸
del 4 al 16 de mayo

Descubre
Todas las
NOVEDADES
en **Cosmética** y **Perfumería**.

ATENCION POR PERSONAL
ESPECIALIZADO
Promociones Exclusivas

El Corte Inglés
y Tiendas **El Corte Inglés**
ESPECIALISTAS EN TI



Autor: Michael Wray.

Tema: Moda retrato belleza para promoción cosmética.

Fecha de publicación: Mayo 1998

Formato: Probablemente 120mm.

Soporte: Diapositiva

Color: Color

Plano: Primer plano

Orientación: Vertical

Técnica: Fotografía de estudio realizada con cámara de formato medio situada muy ligeramente por encima de los ojos de la modelo, con una óptica teleobjetivo corto, diafragma muy cerrado y en soporte diapositiva color.

Iluminación

Una única fuente de luz por detrás de la modelo. En los laterales de la modelo se colocan dos esticos⁴⁶ y otros dos por arriba y a la altura de la cintura de la modelo.

⁴⁶ Esticos: Planchas de corcho resistente (poliestireno expandido) de color blanco por un lado y negro mate por el otro. El lado blanco sirve para reflejar luz blanca y suave y el negro para evitar rebotes o cortar luz. Son ligeros y cubren una gran superficie pues miden 2x1m.

Es como meter a la modelo en una caja de superficies que reflejan la luz emitida por el flash situado de contra. La medición de la luz con el fotómetro no se realiza sobre el rostro de la modelo sino a la altura de su cara y en dirección a la luz. Los esticos se cierran y dejan una pequeña apertura donde poder colocar el objetivo de la cámara. Esta iluminación proporciona una gama posible de exposiciones desde la que marca el fotómetro y sobreexponiendo a partir de ésta. Los efectos visuales en función de los valores que se vayan tomando son diversos, llegando a poder “quemar” partes de la modelo al fundirse con la luz de contra. El efecto visual que se produce es muy suave por lo que se utilizaba para temas de cosmética o de belleza al quedar la piel de la modelo extremadamente suave y sin percibirse defectos en la piel.

Lectura e interpretación de los elementos icónicos

Primer plano de una modelo cercana a los 30 años, en ligero escorzo hacia la derecha de la imagen, con la barbilla hacia abajo y la mirada de los ojos levantada a cámara. Con el pelo totalmente recogido, el rostro ocupa la práctica totalidad del cuadro y no incorpora ningún otro complemento. Los tonos que predominan en esta imagen son muy suaves. La imagen nos transmite limpieza y pureza. La mirada de la modelo, con una levísima sonrisa, nos transmite una gran capacidad seductora.

4. ESTUDIO DE CASO: REVISTA TELVA

4.1. Introducción

El primer número de Telva se publica en octubre de 1963 y a partir del segundo número, tal y como afirma Pilar Salcedo, su primera directora, “se hablaba ya del *estilo* TELVA, de la *mujer* TELVA, a la que se le atribuían, además del vestuario a la última, profesionalidad, voluntad de realización, encuentro consigo misma y búsqueda de su misión en la nueva sociedad” (Suárez, 2013:158)⁴⁷. La línea editorial de la revista planteaba la idea compatible de una mujer familiar, profesional y con gusto por disfrutar la vida. Su lema era: *TELVA es tu revista, mujer*.⁴⁸ Antes de Telva existían otras revistas femeninas, como AMA, pero Telva logró que la mujer española se sintiera identificada a través de sus páginas. Sin embargo, la revista también respondía a postulados muy conservadores, acordes con la época⁴⁹. En este sentido, Michael Wray afirma que Sofía Torga, editora de la revista durante treinta y cuatro años,⁵⁰ le dijo en una ocasión que “en Telva las mujeres nunca abren las piernas”, una clara alusión al imperativo de evitar presentar imágenes en las que la mujer mostrara actitudes sensuales, provocadoras o seductoras.⁵¹

47 Durante muchos años Telva fue una revista quincenal. Su primera directora fue Pilar Salcedo, que estuvo en el cargo entre 1963 y 1970. Posteriormente, Covadonga O’Shea dirigió la revista durante 27 años. En la actualidad, Telva es una revista mensual, miembro del Grupo Unidad Editorial Revistas S.L.U. y dirigida por Olga Ruiz desde 2011.

48 Actualmente su lema es: “lo último y no sólo moda”.

49 La revista fue lanzada a través de la editorial Sarpe, muy cercana al Opus Dei. En el editorial del primer número de Telva quedaba definida ideológicamente la visión de la mujer: “(...) se abren a la mujer nuevos horizontes y es preciso vivir a la altura de las circunstancias. Eso de “los derechos de la mujer” suena bien pero hay que estar a las duras y a las maduras. Le es preciso estar bien informada para que, al aprender los derechos, entienda en ellos el deber de trabajar –a escala europea– con una mayor seriedad y eficacia”. Recogido de <http://mbel.eicomunicacion.com/mmorales/2018/02/20/pasado-oscuro-telva-presente/> (visto el 20 de febrero de 2019).

50 Según Enrique Caruncho (2018), Sofía Torga entra en Telva porque desde la editorial preguntan a Buero Vallejo por una mujer que entienda de moda y que sepa escribir. Era hija de un perfumista y mujer de un jefe de compras de Galerías Preciados y termina convirtiéndose en una periodista de moda muy considerada en España y París (miembro de la cámara sindical y jurado de los premios de moda). Su prestigio hizo que fotógrafos como Sarah Moon trabajasen para la revista, no por la revista en sí, sino por Sofía Torga. Sofía los conocía en las pasarelas (como a Roland de Vassal) y los buscaba para trabajar para Telva.

51 El control editorial impedía cualquier contenido sexual explícito o implícito, desnudez o visos de sugerir determinadas partes del cuerpo femenino, llegando incluso a vetar fotografías donde determinadas sombras se confundían con los pezones o la zona genital de la mujer. Una línea editorial tan conservadora como contradictoria en ocasiones: se impedía fotografiar mujeres en bikini pero sí se podía tener una página de Triumph internacional con una mujer en sujetador. Esto provocaba la indignación de los fotógrafos nacionales (Enrique Caruncho: 2018)

Al respecto de los primeros años de la revista, el hijo de Sofía Torga, Enrique Caruncho, fotógrafo de Telva que coincidiera con Michael Wray a principios de los años ochenta⁵², comenta que en sus inicios las modelos no eran profesionales sino chicas de las calle a las que no se pagaban dietas. En ese momento no había agencias de modelos en España. En realidad, la primera agencia de modelos en Madrid se llamaba Fly, y era de Antonio Molina que en los años setenta se convertiría en uno de los fotógrafos más representativos de la revista.⁵³

La importancia de la revista Telva se podría resumir en los siguientes aspectos:

1. Supervivencia

Su larga vida, de más de cinco décadas, le ha permitido sobrevivir a otras publicaciones que, como AMA, Nuevo Estilo, o Dunia, se quedaron por el camino.

2. Difusión

En los años ochenta llegó a tener 400.000 suscriptores, principalmente de clase media y alta.

3. Icono

En los años setenta el escrito Francisco Umbral acuñó la expresión “chica TELVA” para hablar de un estilo de mujer que estaba volviendo icónico⁵⁴ dado que trascendía las propias páginas de la revista. Hoy, tal y como señala Carmen Rigalt (2013) la chica Telva ya “es un personaje de referencia. Un prototipo. Y aunque ha cambiado bastante respecto a sus predecesoras, permanece fiel al estilo. Es una chica urbana y currante (...) que gasta profesiones de nuevo cuño como diseñadora, geóloga o emajadora

52 Este fotógrafo autodidacta reconoce que, a pesar de conocer a M. Wray, apenas había contacto entre los fotógrafos que trabajaban en España en los años setenta, pues todos eran muy celosos de su trabajo. Esto viene a corroborar la impresión de Wray al llegar a España del poco contacto que había entre la profesión en comparación con Londres.

53 Antonio Molina, al que Caruncho reconoce como su maestro –de hecho fue su ayudante– cae en desgracia en Telva porque era drogadicto y Telva se niega a trabajar con gente así. Cuando Sofía Torga le descubrió –los fotógrafos que trabajaban para Telva eran escogidos y formados por ella–, Molina era peluquero, maquillador y estilista, y Telva sólo trabajaba con un fotógrafo oficial. Antonio Molina era intuitivo y creativo pero no entendía la técnica fotográfica, era un autodidacta. Para compensar estas deficiencias, por ejemplo, era capaz de disparar con motor, haciendo varias fotos de seguido para luego seleccionar la mejor.

54 No ha sido posible localizar el artículo donde Umbral acuña esta conocida expresión, pero sí son muchas las referencias on-line al respecto. Referencias como la de Carmen Rigalt, quien afirma que “fue un invento de Umbral para referirse a las chicas decentes de los años 60 (...) Aquella primera “chica Telva” creció en las estribaciones del barrio Salamanca (zona nacional), pasó rozando la universidad, hizo carrera en el matrimonio y, a mediados de los 80, se cubrió de signos de identidad (léase mechas)...” (Rigalt, 2013)

solidaria. Esto último no es una profesión sino una devoción, pero “la chiva Telva” ha conseguido darle un carácter totalizador.” (Rigalt, 2013)

4. Imagen

Telva es paradigmática en cuanto a la progresión técnica y creativa de la imagen de moda.

4.2. TELVA: 1971-1974

A principios de los años 70 se pueden reconocer en las fotografías de moda publicadas en la revista TELVA, características técnicas de relevancia que ponen de manifiesto un cierto grado de “desconocimiento estético” por parte de los fotógrafos españoles, motivo por el que se contratarán fotógrafos extranjeros para la resolución de muchos editoriales de moda. Sin duda alguna, estamos ante una de las muchas consecuencias del aislamiento frente Europa de la España en las postrimerías del franquismo.



Figura 1. Telva, n.º 211, junio 1971



Figura 2. Telva, n.º 212, julio 1971

Un buen ejemplo de esta situación lo observamos en la imagen nacional de la promoción de una loción de bronceado (figura 1), donde se pueden apreciar los tópicos propios de una representación machista de la mujer: el “cotilleo” de un grupo de amigas y sus miradas ante la exhibición de la piel bronceada de una de ellas. Estamos ante el reflejo tanto de la imagen de la mujer en la sociedad española del momento como de la imagen de la mujer que la propia revista quiere ofrecer: la mujer española es una mujer no independiente, entregada a su familia, dedicada a sus labores domésticas y cuyo tiempo de ocio se ocupa en reuniones con amigas en las que las conversaciones

discurren en torno a cuestiones de imagen personal. Y esta es la imagen que las fotografías de moda y publicitarias de la época van a reflejar. Sin embargo, la imagen no nacional (figura 2), va a mostrar todo lo contrario, una mujer independiente, solitaria, que no necesita de la compañía de otras mujeres para reafirmarse, mostrando su cuerpo en bikini (algo impensable en España) y su lado más atractivo y sensual (en sintonía con el producto que se publicita). Una presentación de la mujer muy contemporáneo. En cuanto al tratamiento de la fotografía observamos grandes diferencias:

- **la composición:** la imagen nacional tiene una composición lineal, diagonal, pero al mismo tiempo caótica. El cuadro se llena con las tres mujeres y aparecen objetos en la imagen “molestos” producto de una inexistente o al menos descuidada dirección artística, todo ello con gran profundidad de campo. Los fotógrafos se centran en las modelos y olvidan la importancia del resto de elementos que componen la fotografía. En la imagen no nacional, la composición se rige por un planteamiento que todavía rige en la actualidad: la modelo, perfectamente seleccionada, se aísla de un fondo desenfocado (poca profundidad de campo) y se la sitúa en un lateral de la fotografía dejando espacio para colocar los textos e imagen corporativa correspondientes, facilitando la legibilidad de la imagen.

- **el tratamiento del fondo:** como se ha visto, en las fotografías nacionales presentan fondos con mucho ruido –elementos molestos que no aportan nada a la fotografía y que desvían la atención del objeto de la misma–. Pero si las fotografías son realizadas en estudio se utilizan fondos de tonos oscuros y/o densos (figura 3). Sin embargo, en las fotografías extranjeras la tendencia es justo la contraria, los fondos son limpios, desenfocados y claros (figura 4). Es importante subrayar el hecho de que en los años setenta, en Europa, la modelo tiene absoluto protagonismo en la fotografía frente al fondo, que siempre aparece desenfocado –gracias a la utilización de ópticas con diafragmas muy abiertos–, algo que en España tardará en incorporarse.



Figura 3. Telva, n.º 155, marzo 1970



Figura 4. Telva, n.º 155, marzo 1970

- **la pose de la modelo:** el fotógrafo español es un profesional ocupado en obtener una imagen óptima desde el punto de vista técnico pero sin capacidad para ocuparse de cuestiones artísticas ni de casting. Las modelos ni están bien elegidas ni adoptan poses adecuadas al propósito de la imagen. En las imágenes extranjeras se aprecia que la modelo proviene de un casting y que la pose responde a una intencionalidad en sintonía con el editorial o con la publicidad correspondiente.
- **la iluminación:** el tratamiento de la luz de estudio en España es directo a la modelo, generando sombras muy duras (figura 3), mientras que las fotografías extranjeras la luz es suave que apenas genera sombras.
- **el uso de las ópticas:** en España no hay un uso específico de la óptica para moda, probablemente por desconocimiento. El fotógrafo de moda español –como es el caso de Miguel García Pimentel, principal colaborador de Telva a principios de los años setenta– no es un especialista, hace editoriales de moda pero también fotografías de recetas culinarias, reportajes para revistas del corazón o interiores de casas, desfiles de modas, etc. Esto provoca una mezcla de conceptos en distintos ámbitos que generan imágenes muy confusas. Sin embargo, en Europa

la especialización ya es una realidad como se puede observar en el resultado de sus fotografías.

Nos hemos referido más arriba al criterio estético que de alguna forma impone Telva para sus editoriales: los fondos oscuros en las fotografías de estudio. Este criterio llega al punto de recortar modelos de fotografías extranjeras (en las que el fondo es claro) para colocarlos sobre un fondo oscuro. Por ejemplo, una imagen del fotógrafo francés Roland de Vassal (figura 6) es recortada claramente y colocada sobre fondo oscuro para la portada de un número de Telva (figura 5). Esta tendencia sorprende a los fotógrafos extranjeros. El propio Michael Wray reconoce su incomprensión ante el criterio de la revista y las dificultades al intentar introducir un nuevo tipo de imagen, en sintonía con lo que se estaba haciendo fuera de España.



Figura 5. Telva, n.º 202, febrero 1972



Figura 6. Telva, n.º 202, febrero 1972

Este criterio estético no es el único. Los editoriales de moda que realiza Miguel García Pimentel en estos años para Telva son muy parecidos y responden a criterios técnicos similares: encuadres ligeramente contrapicados, ópticas angulares⁵⁵ y diafragmas

⁵⁵ No hay un criterio determinado en un uso de las lentes por lo que en una misma sesión puede haber resultados distintos en cuanto al tratamiento del fondo.

cerrados. Indudablemente, estas decisiones técnicas tienen la pretensión de ensalzar la vestimenta a través del modelo pero el resultado son fotografías con una gran profundidad de campo, donde la alta definición del fondo implica que el modelo, en primer plano, se mezcla con un entorno que no tiene relevancia alguna en la imagen y le hace perder potencia visual (figura 7). Desde el punto de vista de la fotografía de moda estas imágenes apuntan un criterio estilístico válido pero requieren que el objeto de la imagen –la vestimenta a través de la modelo y su pose– se aísle del fondo, por lo que el fotógrafo tendría que haber tomado la decisión de utilizar una óptica mayor, diafragmas más abiertos o ambas.



Figura 7. Telva, n.º 228, marzo 1973

Esta cierta intención estilística se pierde en ocasiones, llegando a descuidar por completo el fondo en las fotografías de exterior, en los que llegan a aparecer elementos “parásitos” de todo tipo. Un ejemplo muy claro son las fotografías de la figura 8. En primer lugar, las tomas se realizan a la luz directa del sol, generando enormes problemas en cuanto a las diferencias de exposición entre las zonas de luz y las de sombra: en los contextos naturales lo que predomina son las zonas de luz –por el tipo de encuadre–, por lo que el resultado es que las zonas de sombra quedan subexpuestas

y las sombras muy marcadas y poco favorecedoras. Y en segundo lugar, el uso de ópticas angulares (24mm o 35mm) con diafragmas cerrados provoca una imagen con una gran profundidad de campo, donde algunos elementos “parásitos,” como un hombre (fotografía de la derecha) o una señal de tráfico (fotografía de la izquierda) tienen la misma relevancia que la modelo. Esto, unido al hecho de la introducción del coche como elemento ornamental y con erróneas decisiones en cuanto al tipo de encuadre, dan como resultado unas fotografías más propias de un aficionado que de un profesional.



Figura 8. Telva, n.º 264, septiembre 1974

En su intento por solucionar este problema, se optan por dos soluciones:

- Fotografías realizadas en localizaciones exteriores en días nublados: Los fotógrafos españoles no saben resolver los problemas causados por las sombras que se generan en los días soleados por lo que escogen realizar sus fotografías en días nublados con el propósito de corregir los altos contrastes que se generan en las imágenes, a pesar de que los colores se vean más apagados.

- Fotografíar en zonas en sombra (tanto en exteriores urbanos como naturales). Esto solucionaba gran parte del problema excepto cuando, por encuadre, la modelo estaba en la sombra y parte de la escena está iluminada por la luz solar, quedando esta sobreexpuesta (figura 9). A pesar de que en estos años se producen errores en cuanto a qué zonas (con diferentes densidades) quedan sobreexpuestas utilizando diferentes diafragmas, años más tarde esta técnica será utilizada profusamente con óptimos resultados, produciendo un efecto estético poderoso en el que la modelo, perfectamente iluminada, queda aislada de un entorno sobreexpuesto y desenfocado (figura 10). Para ello se recurrirá a la uer hora del día y en cualquier localización, y específicamente para planos medios y cortos los resultados eran muy óptimos. Los palios quitaban entre 1 y 1,5 diafragmas de luminosidad por lo que había que compensarlo desde la cámara. La consecuencia es que el fondo se sobrexpone y queda claro, destacando la figura de la modelo perfectamente definida por una correcta exposición lumínica. Este no es el caso de la figura 10, que no utiliza palio. Esta fotografía está ligeramente subexpuesta en la modelo pero el resultado es satisfactorio pues el fondo queda sobrexpuesto y desenfocado. El resultado, si lo comparamos con la imagen de la figura 9, es muy estable. Esta técnica se utilizará mucho con posterioridad (años 90) pues resulta tremendamente adecuada para fotografía de moda.

Hay que añadir que estás fotografías están hechas en diapositiva, por lo que debido a su limitada latitud era muy difícil de compensar en laboratorio⁵⁶. Si te quedabas corto de exposición un punto o un punto y medio se te iba a negro y si te pasabas, se te iba a blanco. Por lo que había que afinar muy bien con la exposición pues había muy poco margen de maniobra una vez revelada la diapositiva.

Al mismo tiempo, en las fotografías en estudio el tratamiento de la luz es complejo. Los espacios no son amplios y las modelos están muy cerca del fondo por lo que la luz que reciben de los flashes utilizados desprende una sombra muy pronunciada sobre los fondos. Para ello los fotógrafos recurren a ópticas angulares y a acercar las luces al modelo (figura 11). Podría pensarse que estas sombras son buscadas por el fotógrafo

56 Hablar de latitud



Figura 9. Telva, n.º 238, octubre 1973



Figura 10. Telva, n.º 239, noviembre 1973



Figura 11. Telva, n.º 152, enero 1970

pero teniendo en cuenta las carencias técnicas y conceptuales de la época es difícil de justificar. No hay fotógrafos españoles que trabajen sin sombra, por lo que estamos ante un problema técnico. En la medida que se pueda, los fotógrafos de esta época evitarán realizar fotografías de estudio.

El problema técnico de las sombras en las fotografías de estudio lo resolverá el colaborador más habitual de Telva durante los primeros años 70, el fotógrafo francés Roland de Vassal. Él empieza a trabajar en un estudio con luz natural cenital que matizará, dependiendo del tipo de luz, con palios de tela blanca colocados a una distancia de un metro o un metro y medio por encima de la modelo. Además, hará uso de teleobjetivos cortos (70 y 135 mm) frente al uso de angulares de sus colegas españoles. Esta técnica generaba imágenes sorprendentes por la suavidad de la luz y la prácticamente ausencia de sombras en los rostros de las modelos, lo que contrastaba con los editoriales de otros colegas. Las imágenes fueron tan del agrado de Telva que Roland de Vassal se convertirá en el principal colaborador extranjero de la editorial, con números en los que llega a tener más de 30 páginas seguidas. De Vassal, fotógrafo de reconocido prestigio en las décadas siguientes, explotará esta técnica hasta la saciedad, hasta el punto de que es fácil determinar la estructura arquitectónica de su estudio contemplando las imágenes que produce, pues la luz siempre viene matizada –difuminada– desde arriba y el lateral derecho, y exactamente con la misma intensidad (figuras 12, 13 y 14).

Como se puede observar en la figura 14, incluso llevando la modelo un sombrero, apenas se generan sombras en la cara, producto de una cuidada iluminación que únicamente puede conseguirse mediante luz natural perfectamente difuminada.

En ocasiones, Roland de Vassal modificará ligeramente esta homogeneidad en sus imágenes utilizando una luz de flash como relleno de la luz ambiente, cambiando así el factor de contraste⁵⁷ entre luces y sombras.

57 Factor de contraste



Figura 12. Telva nº 203, marzo 1972



Figura 13. Telva, n.º 263, septiembre 1974



Figura 14. Telva, n.º 274, febrero 1975

Otro fotógrafo extranjero, el reconocido inglés David Hamilton, va a aportar técnicas alternativas para suavizar la imagen y generar marcos vaporosos y oníricos. Para realizar sus fotografías –estética y conceptualmente de una mayor sensualidad– coloca bien una media muy estirada delante del objetivo bien un poco vaselina en la lente. El resultado son imágenes suavizadas con un halo onírico que se convertirán en una tendencia. Hay que decir que si las imágenes de Hamilton inglés tienen un estilo, variedad y coherencia muy personales, el uso excesivo de estas técnicas para las editoriales de moda llega a hastiar (figuras 15 y 16).

Por su parte, los fotógrafos españoles, como Pimentel (fotógrafo por excelencia de Telva que cubre todas las necesidades gráficas de la revista: moda, producto, reportaje, editorial, etc.) o Antonio Molina (más centrado en moda y que a partir de otoño de 1974 se posicionará como el principal fotógrafo español –con varias portadas seguidas– por delante de Pimentel), experimentan con elementos técnicos que en ocasiones no dan el resultado esperado: desde el uso de un filtro “estrella” que permitía generar un brillo en forma de reflejos de estrella, a técnicas más complejas, como el uso de desplazamientos de los montantes de las cámaras de gran formato (permitiendo seleccionar zonas específicas de enfoque, como la imagen de la figura 17) o el uso de diafragmas muy abiertos para generar grandes desenfoques en los primeros planos. Es muy interesante observar cómo los fotógrafos españoles experimentan con estas técnicas tratando de obtener resultados parecidos a los de sus colegas extranjeros. Ellos mismos se dan cuenta de las grandes diferencias técnicas que existen entre sus trabajos y los de sus colegas franceses, por ejemplo, y en un afán por definirse como profesionales en el ámbito de la moda buscan innovar mediante este tipo de técnicas. Sin embargo, los resultados no siempre son satisfactorios y además, la influencia de las propias revistas, incide en que sigan repitiendo errores técnicos del pasado. Hay que reconocer que este es un momento muy complejo para el fotógrafo de moda español que aún se está definiendo.

Como ya se ha apuntado más arriba, la diversidad de especialidades fotográficas conlleva que en ocasiones no se preste la suficiente atención a detalles concretos de las fotografías. En las figuras 18 y 19 se muestra una producción en la que la revista ha



Figura 15. Telva, n.º 259, julio 1974



Figura 16. Telva, n.º 259, julio 1974



Figura 17. Telva, n.º 252, marzo 1974



Figura 18. Telva, n.º 265, octubre 1974



Figura 19. Telva, n.º 265, octubre 1974

tenido que afrontar un gasto importante. A pesar de ello, las imágenes muestran unas modelos desprevenidas, con evidentes gestos de frío y muecas desagradables que hoy serían inadmisibles para trabajos similares. Hay una evidente falta de dirección artística que se ocupe de estos detalles, tan importantes como el propio objeto a fotografiar: la vestimenta. Así, el fotógrafo se tiene que ocupar de todos los aspectos que rodean a la producción pero su inexperiencia en esta especialidad le lleva a no tomar consciencia de la relevancia de estos detalles, si bien no parece que a la revista le preocupe demasiado, de hecho se publica así.

Aún así, es evidente que la presencia de fotógrafos extranjeros repercute en la evolución del trabajo fotográfico de los españoles. A finales de 1974 empieza a verse el trabajo de muchos fotógrafos en cada número de Telva –con sus diferentes técnicas y estilos– y aunque en su mayoría son colaboradores extranjeros, la revista da una primera oportunidad a fotógrafos españoles jóvenes, como Lucio Villalba, suponemos

que con el doble objetivo de descubrir nuevo talento y de abaratar el coste. La calidad de los trabajos mejora considerablemente destacando:

- La incorporación de luces puntuales en los fondos para lograr una separación modelo-fondo (también como un intento de eliminar las sombras marcadas por las fuentes del luz directas).
- La direccionalidad del rostro de la modelo hacia la fuente de luz.
- Las mejoras en los casting: la elección de las modelos empieza a ser determinante y el valor estético de belleza comienza a tener un rigor estilístico en la fotografía.

A pesar de estos avances técnicos, siguen apareciendo en Telva fotografías con los mismos errores de antaño: fallos de composición y aparición de elementos –personas u objetos– de distracción. En este sentido, Pimentel, que sigue siendo el fotógrafo más polifacético en Telva (con imágenes innovadoras de relevante calidad), manifiesta en ocasiones obsesiones absurdas: fondos de dudoso gusto o introducir a las modelos en portales de viviendas o en contextos donde la modelo y la ropa pierde parte de su sentido. Las fotografías de la figura 20 son una prueba de ello, lo que unido al uso de un flash cuyo reflejo se hace patente en el fondo oscuro de la imagen, hacen cuestionar el valor estético de la misma y la decisión de la revista de incluirlas. Es como si diferentes estilos y fotógrafos convivieran en una misma persona.

Para números especiales relevantes, Telva trabaja con fotógrafos consagrados, como el caso de Juan Gyenes, contratado para un especial sobre Imelda Marcos, mujer del dictador de Filipinas Ferdinand Marcos y primera dama durante 21 años (figura 21).

Imelda Marcos es fotografiada en el palacio presidencial. Además de una iluminación que elimina las sombras en la modelo, Gyenes introduce dos perfiles de luz de flash por los laterales que separan a la primera dama de un fondo que está desenfocado. Esta técnica tan personal sólo podía ser utilizada por un fotógrafo como Gyenes.



4.3. TELVA: 1975-1979

En enero de 1975 –en estos años el fotógrafo por excelencia de Telva es Roland de Vassal– aparece la primera colaboración (y primera portada) de Michael Wray (figura 22). Estamos ante una imagen no muy característica, desde el punto de vista técnico, de su estilo pero en la que aparecen algunos elementos que la diferencian del resto: plano cerrado en el que la modelo ocupa todo el encuadre y muy poca profundidad de campo (uso de teleobjetivo con un difragma muy abierto). Quizás por ser el primer trabajo para Telva, Wray trabaja condicionado por los criterios de la editorial y no presenta el estilo de imagen que le va a caracterizar y diferenciar. Incluso realiza fotografías en días nublados, algo muy común en los fotógrafos españoles, como ya se ha apuntado (figura 23).



Figura 22. Telva, n.º 271-272, enero 1975
(primera portada de Michael Wray)



Figura 23. Telva, n.º 271-272, enero 1975

Lo que parece muy evidente es que a mediados de los años setenta Telva ha mejorado la calidad de sus imágenes de moda, una evolución que se aprecia mucho más cuando se comparan estas con las inserciones publicitarias de marcas nacionales en la propia revista, lo que demuestra que sus proveedores de fotografía están menos cualificados. La publicidad de PR Boutique para Telva (figura 24) es un buen ejemplo: mezcla de conceptos fotográficos en el mismo reportaje, con imágenes con sombras en fondos claros, fondos oscuros, fondos de color y silueteados de modelos sobre colores como el verde. O la opción publicitaria de El Corte Inglés (figuras 25 y 26) en la que mediante el collage de imágenes se pretende contar una historia al lector, algo que es difícil de entender cuando el conjunto de fotografías que presenta contienen todos los errores técnicos propios de un trabajo no cualificado: mala elección del fondo, encuadres descuidados, gran profundidad de campo, etc. En definitiva, en pocos años, Telva (muy influenciada por las editoriales de moda francesas) ha dado un salto de calidad en la presentación de sus imágenes, mientras que en otros ámbitos, como el publicitario, se mantiene el mismo caos técnico y estético de antaño, con fotografías de dudoso

gusto estético, diseños y composiciones fallidas y sin un criterio de continuidad entre las imágenes.



Figura 24. Telva, n.º 275, abril 1975



Figura 25. Telva, n.º 211, junio 1971



Figura 26. Telva, n.º 211, junio 1971

Por su parte, en torno a 1975 Pimentel sigue sin demostrar un estilo definido, salvo por cuestiones técnicas y de encuadre muy personales (como el contrapicado con angular). En ocasiones sigue colocando a las modelos en fondos oscuros y extraños y aprovechanco los días nublados para las tomas en exteriores. O Antonio Molina, que a pesar de mantener sus efectos “bucólicos” –en 1976 aún se mantienen editoriales utilizando la media o la vaselina delante de óptica para suavizar las imágenes– también comienza a realizar portadas más cercanas a las tendencias europeas, sobre todo en exteriores, donde utiliza ópticas con distancias focales más grandes y diafragmas más abiertos para cerrar el encuadre y obtener fondos desenfocados con el fin de dar relevancia a la modelo. En cuanto a las modelos, sus poses siguen siendo en muchas ocasiones forzadas y suelen interactuar con elementos de atrezzo (algo que, afortunadamente, irá desapareciendo con el tiempo). Por último, en este tiempo, Roland de Vassal sigue realizando sus fotografías con luz natural, y aunque en ocasiones se ayuda de la luz de flash, su estilo uniforme es inconfundible; y Antonio Molina, con varias portadas y editoriales, sigue trabajando en su estudio con luz dura directa, generando imágenes de altos contrastes y marcadas sombras.

Esta insistencia en el uso de técnicas impropias de la moda, como los fondos negros u oscuros, se observa también en las fotografías de belleza y cosmética. El resultado es cuanto menos extraño: la cosmética y el maquillaje, asociados al concepto de higiene y eterna juventud, se manifiestan en la imagen de un producto sobre un fondo negro (figura 27), cuando lo normal sería utilizar un fondo blanco y sobreexpuesto. Por contra, las fotografías realizadas en el extranjero son luminosas, con encuadres cerrados, con una perfecta armonía entre estilismos, tonalidades y fondo, y una pose bien estudiada y perfeccionada para mostrar todos los elementos de marca (figura 28).

Destacar, en este ámbito, el trabajo de Sarah Moon, fotógrafa francesa de enorme calidad y concepto artístico, con la que Telva colabora excepcionalmente durante varios años para algunos editoriales de belleza. Sus fotografías son algo más que unas imágenes de referencia de maquillaje y peluquería. Los rostros están tratados en “high key” frente a los fondos en “low key”⁵⁸ y viceversa (figuras 29 y 30), dando como

58 High key y low key

resultado unas imágenes muy contrastadas⁵⁹ que por su concepción artística podrían estar perfectamente en una galería (de hecho, a partir de mediados de la década de los ochenta, Moon concentró su trabajo hacia las galerías de arte).



Figura 27. Telva, n.º 302, abril 1976



Figura 28. Telva, n.º 302, abril 1976

59 Surge la duda de si Sarah Moon empleaba película tipográfica para este tipo de imágenes. Se trataba de una película de imprenta que venía en hojas y que no tenía prácticamente grises. Los resultados eran espectaculares donde las grises oscuras se iban al negro y los más claros al blanco.



Figura 29. Telva, n.º 301, abril 1976



Figura 30. Telva, n.º 238, agosto 1973

Es interesante destacar la colaboración puntual de Michael Wray para la promoción de gafas Telva Cottet (figura 31), no por el resultado estético de las fotografías, muy decepcionante, sino por algunos aspectos técnicos que no se habían visto antes en Telva y que en los siguientes años serán utilizados profusamente por muchos fotógrafos:

- Fondos degradados de color: sobre un fondo de color neutro se coloca una fuente de luz (por detrás de la modelo) desde el suelo y dirigida hacia arriba. Por la distancia respecto al fondo, la parte inferior queda más iluminada que la parte superior, creando así el efecto degradado. Esta técnica es la primera vez que se utiliza en España y luego empezará a ser habitual en el ámbito publicitario.
- Pose relevante de la modelo: la modelo se sienta y apoya el brazo izquierdo en una superficie, lo que le permite apoyar ligeramente su cabeza sobre la mano derecha. Anteriormente las modelos siempre estaban de pie por lo que el juego con las manos era más complicado.
- Corta la parte superior de la modelo mediante encuadre.

Es necesario señalar que, a pesar de lo que pueda parecer, no todos los trabajos fotográficos extranjeros estaban a la altura (técnica y estética) de los tiempos que corrían. Como se puede observar en la figura 32, editoriales de elevado coste de producción dan como resultado imágenes artificiosas, con modelos extranjeras en países exóticos colocadas en poses muy forzadas, sin ninguna implicación con el entorno y en las que aparecen personas interactuando con las modelos sin un criterio definido.

No es este el caso de las fotografías de Michael Wray, llenas de naturalidad, donde da la impresión de que las modelos interactúan realmente con el entorno (y sus habitantes) y se integran en él. Incluso cuando es inevitable la artificialidad de la presencia de modelos en contextos ajenos a la moda, Wray lo acentúa tirando de ironía. El resultado son fotografías que bien podrían haber salido de un “making of”.



Figura 31. Telva, n.º 302, abril 1976



Figura 32. Telva, n.º 302, abril 1976

Gracias a la inserción de publicidad de firmas extranjeras en Telva, como Revlon o Guerlain, podemos apreciar una calidad técnica y conceptual de la imagen muy superior, en las que destacan (figuras 33 y 34):

- primeros planos muy cuidados en cuanto a iluminación, sin sombras.
- gesto desenfadado de la modelo.
- tonalidad de la imagen en su conjunto,
- sutileza en la elección de los complementos y en su disposición en la imagen.
- fondo desenfocado y sobreexpuesto.

Estas fotografías están realizadas en el año 1976 y podrían resultar perfectamente válidas en cualquier publicación del siglo XXI. Pero, ¿cómo consigue Michael Wray este resultado técnico?

1. Expone sus fotografías realizando una medición en las zonas de sombras, consiguiendo que el pelo, que está iluminado, quede sobreexpuesto y se separe del fondo.
2. Al mismo tiempo, la luminosidad en el rostro se incrementa con luz natural reflejada mediante reflectores o mediante el uso de un palio, consiguiendo suavizar las sombras o incluso hacerlas desaparecer.
3. Por último, desenfoca los fondos mediante el uso de teleobjetivos, introduciendo al mismo tiempo, elementos desenfocados en primer plano.

En este mismo año, siguen apareciendo en los números de Telva fotografías de exterior realizadas en días nublados o en zonas de sombra (figuras 35 y 36) pero con la particularidad de estar hechas en el atardecer, cuando el sol está muy bajo, lo que aumenta la calidez de las imágenes –menor temperatura de color– y evita la aparición de sombras duras muy pronunciadas. El resultado, como se puede apreciar, es de un mayor sentido estético.



Figura 33. Telva, n.º 302, abril 1976



Figura 34. Telva, n.º 310, agosto 1976



Figura 35. Telva, n.º 305, junio 1976



Figura 36. Telva, n.º 305, junio 1976

Al mismo tiempo, se siguen cometiendo los mismos errores técnicos y editoriales del pasado, y siguen apareciendo fotografías de estudio en las que las modelos están muy cerca del fondo y se generan unas sombras tan marcadas que estropean el resultado (figura 37)⁶⁰. A estas alturas (1976) no creemos que esto sea consecuencia de un desconocimiento técnico –los fotógrafos conocían bien el trabajo que se estaba realizando fuera de España– como de una imposibilidad espacial, ya que probablemente los estudios fotográficos eran demasiado pequeños y no tenían la distancia necesaria para obtener unas imágenes de moda óptimas. Por este motivo, y para evitar el incómodo efecto antiestético que provocaban las sombras sobre el fondo, se tomaba la decisión, también apuntada más arriba, de recortar a las modelos y colocarlas sobre otro fondo (figura 38).



Figura 37. Telva, n.º 309, agosto 1976

En enero de 1977 aparece un editorial sobre esquí de Michael Wray (figura 39). Este editorial es digno de destacar porque en Telva nunca se habían visto unas imágenes que parecen las “tomas falsas” de una sesión fotográfica, es decir, las imágenes elegidas son las que por norma general se descartaban entonces, fundamentalmente porque

⁶⁰ A principios del siglo XXI se buscará este efecto de sombra marcada pero como un proceso de evolución estética.



Figura 38. Telva, n.º 310, agosto 1976



Figura 39. Telva, n.º 319, enero 1977

da la impresión de que los modelos no prestan atención a su trabajo, están demasiado relajados, interactuando entre ellos de forma natural, mostrando su complicidad sin

poses forzadas, haciendo bromas, etc. En definitiva, el desenfado, hasta entonces enemigo de la imagen de moda, se convierte en cualidad, siendo en una de las señas de identidad de las fotografías de Michael Wray. Además, técnicamente las imágenes son impecables: fotografías de estudio con los modelos pegados al fondo, perfectamente iluminados y sin sombras molestas. Da la impresión de que Telva se deja aconsejar por los fotógrafos que contrata, especialmente por los extranjeros, y por sus nuevas propuestas estéticas.

En otras editoriales, con imágenes de exterior, aparecen por primera vez el verdadero estilo fotográfico de Michael Wray (figuras 40 y 41): modelos a pleno sol, en contraluz, sobreexponiendo ligeramente los rostros y desenfocando los fondos. Gracias a la poca profundidad de campo se abstrae el fondo y la mirada se centran en los modelos y en sus vestimentas. El resultado es un tono de piel perfecto prevaleciendo, por encima de todo, la identidad de la ropa. La relevancia de esta técnica está bien desarrollada en el TFM.



Figura 40. Telva, n.º 327, mayo 1977



Figura 41. Telva, n.º 327, mayo 1977

En una portada de mayo de 1977 (figura 42) volvemos a ver de nuevo esta naturalidad en una imagen de Michael Wray: modelo sonriente –concepto de toma falsa–, exposición para sombras, el sol separando a la modelo del fondo, uso de teleobjetivos y desenfoque óptico muy marcado. La diferencia con la imagen de Cortefiel (realizada por Antonio Molina) publicada en el mismo número de Telva (figura 43) es evidente.

En estos años, y mientras empiezan a aparecer otras publicaciones de moda con un perfil más bajo que Telva, Michael Wray trabaja mucho en España y se convierte en un colaborador permanente de Telva.

Los fotógrafos españoles intentan imitar las fotografías de Michael Wray y en ocasiones recurren a técnicas de dudosa eficacia estética. Por ejemplo, en un intento por obtener una luz plana en los rostros que elimine las molestas sombras, Antonio Molina coloca dos focos de luz a ambos lados de la modelo (en la figura 44 se pueden apreciar ambos focos en el reflejo de la pupila de la modelo). El resultado es un rostro plano pero en el que aparecen dobles sombras sobre los objetos de adorno o complementos de la ropa –collar–, algo que sería inadmisibles hoy en día en fotografía de moda. Sin embargo, en aquella época primaba la obtención de una imagen con un rostro uniforme, bien iluminado y sin sombras.



Figura 42. Telva, n.º 327, mayo 1977



Figura 43. Telva, n.º 327, mayo 1977



Figura 44. Telva, nº 331, julio 1977,

Otro aspecto negativo es la aparición ocasional de fotografías con pésima definición, como las de la figura 45, desenfocadas y movidas. A pesar de que la decisión que lleva a la editorial a publicar estas imágenes a página completa es un misterio, las fotografías son bien intencionadas técnicamente: realizadas en un día nublado, las modelos infantiles destacan de un fondo desenfocado y están expuestas correctamente y sin sombras molestas en los rostros.

También destaca, por lo negativo, la aparición de anuncios publicitarios donde se repiten hasta a saciedad los errores de antaño. En la figura 46, Antonio Molina, contratado por la marca PYN's, vuelve a realizar fotografías con un alto contraste luz-sombra y con fondos enfocados. Es decir, en el mismo número, Molina realiza fotografías con un criterio estético para Telva (a pesar de su mala definición) y fotografías publicitarias donde se aprecia todo lo contrario.

Otro detalle que llama la atención, en cuanto a las decisiones editoriales que toma Telva, es la repetición de fotografías de la misma serie (figura 47), no se sabe si motivadas por una escasez de imágenes de la misma serie o por destacar las bondades de estas (que

técnicamente están bien realizadas). Como se puede apreciar en la figura 47, la imagen frontal de la página de la izquierda y la imagen de la página derecha están realizadas con muy poca diferencia de tiempo entre ellas –movimiento de las coletas–. Resulta llamativo ya que las publicaciones cuidan mucho estos aspectos, especialmente por el alto coste de página impresa.



Figura 45. Telva, n.º 332, julio 1977,



Figura 46. Telva, n.º332, julio 1977,



Figura 47. Telva, n.º 333 y 334, julio 1977



Figura 48. Telva, n.º 333 y 334, agosto 1977

En este mismo número de Telva, aparecen unas fotografías de Jaime Villalba utilizando la misma técnica de Michael Wray (figura 48): modelo en sombra, perfilada por la luz del sol (hombros y pelo sobreexpuestos) y separada del fondo por desenfoque. No se puede decir de forma literal que “copia” a Wray pero es indudable que los problemas técnicos que ha planteado la fotografía de moda (especialmente en España) se han corregido acudiendo a soluciones planteadas con anterioridad por otros profesionales. Y en este caso, y no es casualidad, Villalba hace estas fotografías con posterioridad a las de Wray.

En 1977 el fotógrafo español Antoni Bernard empieza a trabajar para Telva y propone algo que no había sido visto hasta ese momento. Pega la modelo al fondo pero no dirige la luz directamente hacia ella, sino que hace uso de una luz de flash que rebota en estícos, paredes y techo del estudio, evitando la generación de sombras duras (figuras 49 y 50).



Figura 49. Telva, n.º 335, septiembre 1977



Figura 50. Telva, n.º 335, septiembre 1977,

En contraposición, en este mismo número de Telva se publican unas fotografías de Antonio Molina, con unos criterios técnicos anacrónicos (figura 51) –mucho más después de ver las fotografías de Wray o Bernard– y con las que la revista demuestra una confusión editorial con la elección de unos criterios estéticos muy contrapuestos. En estas imágenes, el uso que hace Molina de la luz es muy curioso: mientras que la tendencia general en fotografía de estudio es colocar la luz artificial en una posición cenital, con el objetivo de generar sombras que “imiten” la luz del sol, Molina la coloca frontal y direccional⁶¹ a la modelo, con lo que consigue sombras muy marcadas a la misma altura de la modelo (que además esta muy pegada al fondo). Michael Wray utilizará luz frontal a la modelo mediante el uso de un flash de anillo que proporciona luz por todos lados, suavizándose la sombra que genera la luz de un lado con la luz que llega del opuesto.

61 Utilizando el sol como fuente de luz natural, la direccionalidad solo es posible al en las primeras horas del día y en las últimas, justamente cuando el sol no incide vertical o diagonalmente sobre los objetos y personas.



Figura 51. Telva, n.º 335, septiembre 1977

Por su parte, Roland de Vassal sigue siendo el colaborador estrella de Telva y sigue utilizando la misma técnica: modelo separada de un fondo claro, sin sombras, fotografiada en un estudio amplio, con luz natural apoyada en luz de flash lateral levantada por la derecha (figuras 52 y 53). Estamos en un período de excesiva mezcla estética –Bernard y Molina– que también se traslada a los fotógrafos extranjeros. Entre el valor estético de Roland de Vassal y el de Franco Rossi hay muchas diferencias. Este último aparece en muchas colaboraciones de Telva como fotógrafo de pasarela. En las imágenes de las figuras 54 y 55, las modelos se sitúan en un entorno urbano muy definido, que distrae la atención del objeto –vestimenta– y cuyo valor estético es muy cuestionable.

Telva está trabajando con un gran número de fotógrafos, la mayoría franceses y españoles, si bien Roland de Vassal es el más prolífico. De los franceses, entre los que destaca Pierre Perouse, surgen nuevas propuestas, como la interacción directa de uno de los modelos con el espectador –a través de la mirada a cámara– mientras que el otro interactúa con el primero (figura 55bis, fotos de Pierre Perouse). Esto, no lo olvidemos, es algo que ya incorpora Michael Wray en sus imágenes en España, lo que no quiere decir que sea él el primero en realizarlo sino uno de sus precursores.



Figura 52. Telva, n.º 335, septiembre 1977



Figura 53. Telva, n.º 335, septiembre 1977



Figura 54. Telva, n.º 335, septiembre 1977,



Figura 55. Telva, n.º 335, septiembre 1977,



Figura 55 bis. Telva, n.º 335, septiembre 1977

En este mismo número, aparece una campaña de promoción de colecciones y complementos, de la firma PR Difusión. A pesar de que existe un mayor rigor publicitario (en términos de maquetación, fundamentalmente), la propuesta fotográfica tiene dos criterios diferentes lo que es difícil de entender tratándose del mismo fotógrafo, Antonio Molina. Por una parte, en las imágenes de las figura 56 y 57 observamos el inconfundible estilo de Molina para Telva, con las modelos pegadas al fondo y las sombras laterales siempre en la misma dirección. Es tan relevante que nunca aparecen planos generales donde el cruce de sombras se haría aún más evidente.

Por otra parte, en las imágenes de la figura 58 se ofrece un estilo totalmente diferente. Fotografías muy al estilo Roland de Vassal, sin sombras, luz suave y tonos crema, con muy buena definidos y adecuado estilismo, elección del fondo y atrezzo. Es muy curioso que estas imágenes ocupen el espacio central respecto de las otras y a pesar

de que llevan la firma de Molina es muy difícil creer que las imágenes de la figuras 58 estén realizadas por el mismo fotógrafo que las de las figuras 56 y 57.



Figura 56. Telva, n.º 336, septiembre 1977



Figura 57. Telva, n.º 336, septiembre 1977



Figura 58. Telva, n.º 336, septiembre 1977

Nos estamos refiriendo constantemente al error técnico de fotografiar modelos muy pegadas al fondo que generan sombras laterales con un criterio estético muy poco apropiado (para el ámbito de la moda). Pero esto no siempre es así. En la imagen de la figura 59 vemos estas mismas características en una imagen del fotógrafo francés Guy Bourdin (muy reconocido en este momento, entre otras cosas por sus colaboraciones para Vogue) para una publicidad de Charles Jourdan. Al contrario que en el estilo de Molina, la sombra tiene un criterio estético muy definido que acompaña la actitud atrevida y sensual de la modelo, y la dirección de arte, todo ello pensado para enfatizar el valor del calzado de la firma.



Figura 59. Telva, n.º 337, octubre 1977

Sin embargo, Antonio Molina no siempre hierra y en sendas portadas de Telva 1977 y 1978 presenta imágenes (figura 60) que técnicamente bien podría haber firmado Michael Wray.



Figura 60. Izda: Telva, n.º 338, octubre 1977 - Dcha: Telva, n.º 351, mayo 1978

Este aparente avance de Telva en cuanto a la calidad estética de sus imágenes se rompe cuando sorprende con portadas como las de la figura 61. Una fotografía de pasarela con flash directo y donde se observa que la modelo tiene los ojos cerrados, un error editorial difícil de justificar.

En febrero de 1978 aparece la primera colaboración del fotógrafo español Javier Vallhonrat (figura 62)⁶². Son fotografías menores, muy alejadas del estilo personal e innovador de Vallhonrat que sí se manifiesta en el siguiente número de Telva (figuras 63 y 64): modelos en un entorno poco habitual (una casa vacía o en proceso de restauración) que aparecen cortadas en las imágenes, en poses forzadas y fotografiadas con objetivos angulares. Un estilo que, a pesar de publicarse, nunca más volverá a repetir, Telva es una publicación tradicional, nada proclive al riesgo y que necesita mucho tiempo para asumir los cambios estilísticos y mucho más con fotógrafos jóvenes nada reconocidos.

62 En esta primera colaboración aparece en créditos como Javier Ballonrat, claramente una errata de edición.



Figura 61. Telva, n.º 346, febrero 1978



Figura 62. Telva, n.º 346, febrero 1978



Figura 63. Telva, n.º 347, marzo 1978



Figura 64. Telva, n.º 347, marzo 1978

Más adelante, en un número de septiembre de 1978, vuelve a aparecer publicidad de PR y una vez más esta marca demuestra su falta de criterio estético. Cambia a Molina por Jaime G. Villalba pero presenta unas imágenes estancadas en el pasado (figuras 64 bis): fallos de casting, neutralidad sobria en la actitud de las modelos (sin la interacción, dinamismo y naturalidad de las imágenes más actuales) y fondos oscuros. PR, que había dado un salto cualitativo en cuanto a publicidad, sigue sin encontrar un criterio apropiado en sus imágenes y para ello prueba a diferentes fotógrafos y diferentes estilos. Es un trabajo con cliente directo en el que no media una agencia de publicidad o un director creativo o de arte que establezca qué criterios son los más apropiados para la campaña.



Figura 64 bis. Telva, n.º 360, marzo 1978

A finales de 1978 aparece la primera portada de Vallhonrat (figura 65). Tanto esta imagen como otras que aparecen en el interior (figura 66) no aportan nada nuevo, desde el punto de vista fotográfico. Son imágenes técnicamente buenas pero apuntan a un estancamiento de la revista, que no del fotógrafo [a pesar de que parece una vuelta atrás a su primera colaboración (figura 62)].

Esto incide en la idea de que a Telva le cuesta mucho asumir las propuestas de fotógrafos nuevos por lo que impone unos criterios conservadores, en los que el riesgo es mínimo.

En este mismo número la firma Loewe hace un encarte de ocho páginas (dos de ellas con un gramaje de página diferente al de la revista). Es la primera vez que se presenta esta forma de publicidad —una revista dentro de otra principal—, algo que posteriormente se utilizará con asiduidad. Las imágenes que presenta Loewe (figuras 67 y 68, que no están firmadas) están realizadas utilizando las técnicas de Michael Wray: poses desenfadadas, exposición al sol, rostros sin sombras y con sobreexposición en el pelo perfilado y el fondo, realizadas con teleobjetivo y poca profundidad de campo.



A finales de diciembre de 1978 Javier Vallhonrat ya es un colaborador habitual de Telva: la portada de un número de diciembre (figura 69), un reportaje interior con fotografías más cuidadas y un planteamiento más artístico, evitando tomar riesgos (figuras 70 y 71) e incluso con propuestas de belleza (figura 72).



Figura 69. Telva, n.º 365, diciembre 1978



Figura 70. Telva, n.º 365, diciembre 1978



Figura 71. Telva, n.º 365, diciembre 1978



Figura 72. Telva, n.º 365, diciembre 1978

Siguen apareciendo ejemplos evidentes de las técnicas de Michel Wray por parte de otros fotógrafos, como las imágenes de la figura 73 (no están firmadas) que cumplen todas sus propuestas: imagen a contraluz sobreexpuesta para rostro y prendas, con el sol delineando el volumen de la figura que está separa del fondo y que a su vez está muy desenfocada gracias al uso de teleobjetivos y diafragmas muy abiertos.



Figura 73. Telva, n.º 368-369, febrero 1979

En este mismo número podemos ver una publicidad Helena Rubinstein con un tratamiento de iluminación suavizado (figura 74). La imagen podría ser totalmente actual si no fuera por los complementos de la pulsera, el collar y los pendientes.



Figura 74. Telva, n.º 368-369, febrero 1979

En otra portada de Antonio Molina (figura 75) se ven los mismos criterios técnicos ya definidos de Michael Wray. Sorprende ver cómo, en apenas tres o cuatro años, los parámetros técnicos utilizados por Michael Wray son ya asimilados por muchos fotógrafos. Se empieza a producir ese efecto de no saber quién es el autor, al ser idénticas la técnica, la composición, los registros de las modelos, etc. Esta portada de Antonio Molina podría ser perfectamente de Wray: Posición de las modelos contra el sol, medición de fotómetro para las sombras, sobreexposición de medio diafragma, uso de teleobjetivo y diafragma abierto para el desenfoque del fondo y la sonrisa de las modelos.



Figura 75. Telva, n.º 370, febrero 1979

En otro editorial de Vallhonrat (figura 76) vemos una serie de propuestas con modelos en movimiento (ya vistas anteriormente en Wray) introduciendo la inclinación de los planos, algo que en poco tiempo será una práctica habitual. Las manos en los bolsillos o interactuando con la falda es otro rasgo característico que hemos visto ya con anterioridad en Michael Wray. Igualmente, la iluminación es una propuesta de luz general, suave, sin contrastes ni sombras marcadas.



Figura 76. Telva, n.º 372, marzo 1979

Una imagen llamativa y que rompe con los editoriales homogéneos de Telva es la que podemos ver en la figura 77. La composición, con las modelos situadas en el lado derecho del cuadro y una de ellas de espaldas a cámara, no había sido vista en todos los ejemplares de Telva revisados hasta la fecha, con una propuesta en cuanto a peluquería y estilismo igualmente modernas, y con una técnica revolucionaria, mezcla de luz ambiente y luz artificial en entorno natural, exponiendo la luz de flash por encima de la luz ambiente.



Figura 77. Telva, n.º 374, abril 1979

Y sin embargo, todavía se publican editoriales con puestas en escena propias del pasado, en las que se mezclan imágenes al sol o a la sombra en entornos urbanos de dudoso gusto, como las imágenes de las figuras 78 y 79, de Antonio Molina. Sorprende ver que, al igual que en las imágenes que acabamos de ver de Vallhonrat, las modelos llevan las manos en los bolsillos en todas las imágenes.



Figura 78. Telva, n.º 374, abril 1979



Figura 79. Telva, n.º 374, abril 1979

En una nueva portada de Wray (figura 80), se puede observar una complejidad técnica a la hora de generar una luz general que llegue por igual a todos los puntos de la localización (evitando espacios en sombra) y disparando al mismo tiempo a una velocidad baja para que las luces de las velas se puedan registrar



Figura 80. Telva, n.º 389, diciembre 1979

Por último, destacar un editorial de pieles de Wray (figuras 81 y 82) porque de aquí nace una colaboración continua entre la diseñadora Elena Benarroch y el fotógrafo que durará 30 años y que se extendió en una grandísima amistad. Elena Benarroch trabajó con muchos de los fotógrafos emergentes en esta época y más aún en los primeros años 80, como Javier Vallhonrat, Juan Gatti, Alejandro Cabrera y otros más. La técnica de estas imágenes es perfectamente reconocible aunque como estamos viendo, podría ser ya aplicada por otros fotógrafos del momento.



4.4. TELVA: 1980-1985

El motivo de hacer un corte aquí no tiene que ver con el cambio de década. A principios de los años ochenta la revista va a sufrir un importante cambio formal en la maquetación de la editorial pero principalmente, 1980 va a ser el año en el que va a aparecer una nueva técnica para fotografía en exteriores que rápidamente se va a difundir entre los diferentes fotógrafos. Se trata de trabajar en contraluz utilizando de relleno una luz de flash frontal. Esto provocará que aparezcan reflejos en los ojos, brillos en los labios, un aumento del volumen y contraste en la ropa y, en general, una mayor definición de todos los elementos de la imagen. Habitualmente se trabaja con luz de flash por debajo de la luz del sol –no tiene sentido trabajar con un flash con potencia superior a la luz natural– lo que implica que los valores de diafragma y velocidad de obturación estén muy controlados⁶³. Así, la imagen funciona perfectamente si bien en ocasiones puede quedar “levantada”, dando lugar a un efecto menos natural. Dos buenos ejemplos de aplicación de esta técnica los observamos en la fotografía de Michael Wray (con modelo de Elena Benarroch) para la portada del primer número de la TELVA de 1980 (figura 83) y una publicidad interior de una enciclopedia Sarpe –a pesar de que la maquetación de la misma deja mucho que desear– en el mismo número (figura 84), de autor desconocido. Por contra, tenemos un efecto menos natural en una imagen de Antonio Molina (figura 85) ya que aunque la modelo está bastante bien iluminada el exterior se muestra sobreexpuesto.

Asimismo, será a partir de este año y durante la primera mitad de la década de los ochenta, cuando la presencia de Michael Wray en Telva comenzará a ser muy relevante, llegando en ocasiones a acaparar varios trabajos dentro de un mismo número.

En 1980 los fotógrafos de referencia en la revista Telva, además de Michael Wray, son Antonio Molina –con gran presencia en editoriales y portadas pero que desaparecerá

63 Al trabajar en exteriores con luz de flash, la velocidad de obturación se ajusta a 1/125 s, lo que obliga a emplear diafragmas muy cerrados para compensar el exceso de luz natural. Para compensarlo (y poder abrir más el diafragma), el flash, en función del número de guía, se puede colocar a una mayor distancia. Otra opción es trabajar con un flash con dimmer para regular su potencia sin tener que alejarlo. En general, se puede llegar a conseguir el efecto conocido como “noche americana”: priorizando el flash y en función de la distancia, el exterior se subexpone dando este típico efecto nocturno.



Figura 83. Telva, nº 390, enero 1980



Figura 84. Telva, nº 390, Enero 1980



Figura 85. Telva, nº 394, marzo 1980

repentinamente de la revista—, Graziano Ferrari, Roland de Vassal, Franco Rossi, Peter Müller y Enrique Caruncho. En el trabajo de todos ellos se ve un salto de calidad importante respecto a años anteriores, motivado por las tendencias en fotografía de moda que vienen de fuera de España y por supuesto, por las aportaciones técnicas de Michael Wray en los editoriales de la propia revista. Especialmente relevante es el trabajo de Enrique Caruncho, hijo de Sofía Toga Caruncho, editora de Telva en esta época, cuyo trabajo, como se verá más adelante, es muy destacable técnicamente, hasta el punto de que se llega a confundir con el del propio Michael Wray. Y como decíamos arriba, la presencia de Wray es apabullante, con muchos trabajos de gran calidad y diferente naturaleza: publicidad (figura 86), editoriales con modelos sonrientes que miran a cámara (elemento muy característico en sus fotografías) y posan de forma desenfadada con sus manos en los bolsillos sobre fondos claros (figura 87) o imágenes de belleza (figura 88).



Figura 4. Publicidad de Michael Wray para boutique Árbol
Telva, n.º 393, Marzo 1980, p. 78-79



Figura 5 - Editorial de Michael Wray
Telva, n.º 394, Marzo 1980, p. 60-61



Figura 6. Editorial de Michael Wray
Telva, n.º 394, Marzo 1980, p 68-71

Siempre es interesante descubrir dentro de la revista imágenes de producción extranjera, como esta publicidad de Charles Jourdan (figura 89) donde se aprecia un concepto y desarrollo estético más evolucionado.



Figura 89. Telva, n.º 396, abril 1980

En mayo de 1980 aparece una imagen en portada de Michael Wray en la que utiliza por primera vez un flash anular (figura 90). Es fácilmente identificable porque este tipo de iluminación no genera sombras sobre la modelo. Sin embargo, si la modelo se sitúa muy cerca del fondo la luz de flash provoca un halo de sombra o doble sombra sobre este. Michael Wray es el primer fotógrafo de moda que utiliza esta técnica en España y en este mismo número encontramos un reportaje de 15 páginas (algo impensable hoy en día para un único fotógrafo) en las que todas las fotografías están realizadas con esta técnica (figuras 91, 92, 93, 94 y 95). Además, se puede observar cómo Wray va incorporando elementos de atrezzo dinámicos –un limón (figura 92)–, otros en movimiento con los que las modelos interactúan tanto en interiores (figuras 93, 94 y 95) como en exteriores (figuras 96 y 97). La incorporación de estos elementos es también muy característico en el trabajo de Michael Wray e influirá en el trabajo de otros fotógrafos, como en Antonio Molina, que en un número posterior y en portada presenta una modelo jugando con una fresa (figura 98).



Figura 90. Telva, n.º 397, mayo 1980



Figura 91. Telva, n.º 397, mayo 1980



Figura 92. Telva, n.º 397, mayo 1980



Figura 93. Telva, n.º 397, mayo 1980



Figura 94. Telva, n.º 397, mayo 1980



Figura 95. Telva, n.º 397, mayo 1980



Figura 96. Telva, n.º 398, mayo 1980



Figura 97. Telva, n.º 398, mayo 1980



Figura 98. Telva, n.º 399, junio 1980

En la portada para el número 400 de Telva (figura 99), Michael Wray va a incorporar otro elemento característico de su producción y que ya había empleado años antes de forma esporádica: los fondos de color en degradado. En esta foto, con una estética muy propia de la época [y que recuerda a la actriz Bo Derek en "10" (Blake Edwards, 1979)], se utiliza un color azul degradado (conseguido por medio de una luz de contra a la modelo que ilumina el decorado de abajo a arriba) muy bien elegido, a juego con el tono del vestido, las trenzas y los ojos de la modelo, que está iluminada con luz frontal sin sombras.



Figura 99. Telva, n.º 400, junio 1980

Como se puede apreciar por las últimas imágenes, Telva ha mejorado notablemente el diseño global de su revista: los ejemplares son más limpios, menos recargados de elementos de maquetación, las fotografías cada vez tienen más calidad y, en general, la consistencia editorial es mayor. Aún así, siguen apareciendo puntualmente propuestas fotográficas que sorprenden por sus deficiencias técnicas. Por ejemplo: en la figura 100, una portada de Massimo Mazzuco (hasta ahora sin presencia en Telva), podemos ver una imagen en exterior con luz directa, dura y en una hora del día donde se producen sombras profundas y donde los ojos apenas se ven.



Figura 100. Telva, n.º 402, julio 1980

Hay que destacar la versatilidad de Michael Wray. Podemos decir que no tiene un estilo propio que lo defina. Cada proyecto lo afronta sin acogerse a unos parámetros predeterminados de autor y en cada uno experimenta con las modelos, los decorados, el entorno y los elementos de atrezzo. Esto transmite a sus imágenes frescura y naturalidad, y aunque en ocasiones, el resultado no es del todo satisfactorio, sus aportaciones provocan que Telva admita todo tipo de propuestas: un editorial en Nueva York (figura 101); portadas con flash anular y fondos de color (figura 102 y 103); editorial con fondos pintados y hojas secas (figura 104 y 105); portada en exterior utilizando como refuerzo un panel reflector (figura 106); editorial de piel en exteriores donde se pone de manifiesto el perfecto control de la exposición y el dominio de la técnica (figura 107); más portadas con flash anular (figura 108 y 109); editorial con fondos de color (figura 110); editorial de novia sobre fondo pintado donde se introduce un elemento nunca visto hasta este momento: el detalle de una mano masculina sirviendo una copa de cava (figura 111); editorial con fondos de plástico donde se dejan ver elementos del plató (figura 112).



Figura 101 Telva, n.º 403, agosto 1980



Figura 102. Telva, n.º 404, sept 1980



Figura 103. Telva, n.º 407, oct. 1980



Figura 104. Telva, n.º 404, extra septiembre 1980



Figura 105. Telva, n.º 404, extra septiembre 1980



Figura 106. Telva, n.º 406, octubre 1980



Figura 107. Telva, n.º 406, octubre 1980



Figura 108 Telva n.º 410, diciembre 1980



Figura 109. Telva n.º 411, diciembre 1980



Figura 110. Telva, n.º 410, diciembre 1980



Figura 111. Telva, n.º 410, dic. 1980



Figura 112. Telva, n.º 410, diciembre 1980

En una portada de febrero de 1981 (figura 113) vemos de nuevo la clásica imagen de Michael Wray en exterior. Perfección técnica: luz directa a contraluz, exponiendo para sombras –con sobrexposición de un diafragma– y trabajando con teleobjetivo con un diafragma muy abierto para desenfocar el fondo. Hay que apuntar que Wray (y Enrique Caruncho a continuación) es de los pocos que se atreve a manejar la luz directa –dura– en exteriores sin miedo. Han desaparecido definitivamente las portadas y editoriales con fondos oscuros o en entornos urbanos definidos.



Figura 113. Telva, n.º 413, febrero 1981



Figura 114. Telva, n.º 413, febrero 1981

En el número extra de marzo de 1981, Telva presenta una portada muy interesante y novedosa (vista en algunos editoriales anteriores) de Graziano Ferrari (figura 115). El fotógrafo trabaja con luz directa del sol pero a horas muy concretas: amanecer o atardecer. Esto, además de conseguir una temperatura de color más cálida, permite que las sombras sean no sean verticales y aunque el efecto de la sombra sobre la nariz, por ejemplo, no sea el más adecuado, sí que lo es para las prendas de vestir al evitar la sombra de la cabeza sobre el producto que incorpora la modelo. Además, al amanecer y al atardecer, el contraste entre las zonas de luz y sombra es menor por lo que se pueden apreciar mejor los detalles en ellas.



Figura 115. Telva, n.º 415, marzo 1981

En este momento de la revista, Michael Wray y Enrique Caruncho (al que nos referiremos más adelante) son los fotógrafos que tienen más presencia en Telva. Putualmente aparecen otros, como Graziano Ferrari, Sarah Moon (con colaboraciones en temas vinculados a peinados), Javier Vallhonrat, Alejandro Cabrera, Franco Rossi y Roland de Vassal (Antonio Molina, por su parte, ya ha perdido el peso que tenía antaño). Es precisamente de Vassal, quien ha reducido enormemente su participación en Telva, el que presenta unas imágenes muy clásicas, fiel a su estilo, en un número extra de 1981 (figura 116). Esta es una de las grandes diferencias que existe entre Roland de Vassal

y Michael Wray. El primero de ellos es técnicamente impecable –al igual que Wray– pero tras unas primeras aportaciones estilísticas muy novedosas –principalmente la ausencia de sombras– va a repetir siempre el mismo tipo de imagen. Por su parte, Michael Wray es un fotógrafo sin un estilo definido, con un gusto muy claro por el riesgo y la innovación, aunque no siempre acierta con todas sus propuestas, como ocurre en las imágenes de la figura 117. Si bien presenta a las modelos descalzas (dejando a la vista el calzado) e interactuando con instrumentos musicales –véase el riesgo–, el resultado no es muy atractivo para ser una imagen de moda.



Figura 116. Telva, n.º 415, marzo 1981



Figura 117. Telva, n.º 415, marzo 1981

Como ya se adelantó más arriba, el fotógrafo Enrique Caruncho empieza a tener, junto a Michael Wray, una gran presencia en la revista. Por su vinculación familiar tan directa con la dirección de la revista pudiera parecer una entrada sin méritos pero la verdad es que se trata de un fotógrafo valiente, gran conocedor de la técnica y que ha estudiado muy bien a los fotógrafos que le han precedido. Como se puede observar en la figura 118, entre un editorial de Roland de Vassal y uno de Caruncho es muy difícil determinar cuál es de cada uno, tanto por la pose de las modelos como por la iluminación y composición, cuando hasta hace poco tiempo el estilo de Vassal era inconfundible. Caruncho es el ejemplo de la apuesta que hace Telva por los nuevos fotógrafos españoles, jóvenes con muchas ganas de aprender pero que también quieren entender y adaptarse a las diferentes propuestas editoriales que están surgiendo tanto en España como en el extranjero.



Figura 118. Telva, n.º 415, marzo 1981

En el siguiente número de Telva, en el que Michael Wray vuelve a apostar en portada con un fondo de color degradado –nadie más que él trata los fondos con iluminación– en combinación con el estilismo de la modelo (figura 119), Javier Vallhonrat vuelve a Telva con una fotografía muy curiosa (figura 120): coloca a la modelo de perfil en dirección al sol y le hace taparse los ojos con la sombra de la mano. El resultado es que parte de la prenda queda deliberadamente subexpuesta convirtiendo lo que en otro tiempo hubiera sido un error técnico en un nuevo concepto de imagen de moda.



Figura 119. Telva, n.º 416, marzo 1981



Figura 120. Telva, n.º 416, marzo 1981

Michael Wray sigue utilizando el flash anular, bien en portadas con fondos de color a juego con las prendas (figura 121) bien apoyándose con un flash lateral para suavizar las sombras, obteniendo una imagen más contrastada⁶⁴ (figura 122) pero en la que por encima de todo destaca el recurso de color de los fondos y que nadie más que Wray utiliza.

64 Esta es una técnica muy parecida a otra que se empleaba en la misma época en blanco y negro: el posterizado.



Figura 121. Telva, n.º 417, abril 1981



Figura 122. Telva, n.º 417, abril 1981

Como decíamos anteriormente, Wray es una fotógrafo que apuesta por el riesgo aunque en ocasiones hierre en sus propuestas, como en la imagen de la figura 123, donde la combinación de colores no es la más conveniente, a pesar de la inexistencia de sombras y de que la imagen transmite mucha naturalidad gracias a la actitud de la modelo. Comparando esta imagen con la de la portada del mismo número (figura 121) no parecen realizadas por el mismo fotógrafo. Wray no tiene un criterio estético definido. Tiene tantos recursos técnicos y creativos que es capaz de resolver cada trabajo de forma diferente, adaptándose de forma muy heterogénea tanto al producto como a las modelos o al entorno. En esta época, Wray es el fotógrafo más prolífico en España, con hasta dos y tres sesiones al día de estudio, algo impensable sin esta capacidad creativa, fecunda en recursos y eficiencia técnica y de iluminación. Esta falta de homogeneidad, es asimismo un valor para la revista, puesto que se pueden ver hasta cinco trabajos diferentes de Michael Wray en un mismo número que parecen realizados por fotógrafos diferentes.



Figura 123. Telva, n.º 417, abril 1981

Y de nuevo la imagen característica, técnicamente impecable, de Michael Wray en una portada (figura 124)⁶⁵, esta vez con la inclusión de un ramo de flores.

En mayo de 1981 aparece una portada de Enrique Caruncho (figura 125) en la que se observa cómo el fotógrafo español se mimetiza con la técnica y estilo de Michael Wray.⁶⁶ La similitud entre las imágenes de Caruncho y Wray va in crescendo. Si técnicamente ya eran inconfundibles, ahora las modelos de Caruncho también empiezan a interactuar con otros objetos y, además, el fotógrafo español incorpora la luz del atardecer que tanto Wray como Graziano habían ofrecido anteriormente (Caruncho en figura 126 vs Wray en figura 127). La única diferencia entre ambos es que Wray, dentro de su heterogeneidad creativa, mantiene un recurso técnico similar en cada trabajo –editorial–, mientras que Caruncho lo varía (por ejemplo, presentando una imagen con luz directa al lado de otra

65 En el número 418 de abril de 1981 de Telva aparece el primer anuncio de Vogue España.

66 En esta época, los fotógrafos de moda lo son también de publicidad, tanto en España como en Europa. El ejemplo más destacado es el de Sara Moon, ganadora del máximo galardón de cine publicitario, el león de oro del festival de Cannes, que es contratada por la agencia Delvico para realiza el spot de la firma española Pinguin Esmeralda.

en sombra). Además, Caruncho comienza a trabajar con colaboradores habituales de Michael Wray, como el maquillador Yoshio Murakami.



Figura 124. Telva, n.º 418, abril 1981



Figura 125. Telva, n.º 419, mayo 1981



Figura 126. Telva, n.º 423, julio 1981



Figura 127. Telva, n.º 423, julio 1981

En la imagen de figura 46 se puede apreciar la correcta aplicación de la técnica fotográfica en Michael Wray para una toma a contraluz. Junto a una imagen muy característica suya –vestido blanco– presenta como novedad otra de una modelo de espaldas –vestido amarillo– en la que se muestra perfectamente la prenda a la luz directa de sol sin que haya sombras que se marquen ni luz que moleste a la modelo. La sombra por delante de la modelo y cortada lateralmente por la composición puede resultar extraña pero el control de la luz y cómo se muestra la prenda es perfecta.



Figura 128. Telva, n.º 423, julio 1981

El fotógrafo italiano Franco Rossi vuelve al tipo de fondo urbano que ya utilizara Lucio Villaba en los años setenta. Sin embargo, aquí el criterio en la elección es muy diferente ya que está en sintonía con las prendas y, a pesar de una evidente evolución, el resultado es demasiado extravagante y mucho más si comparamos estas imágenes con todas la anteriores (figura 129).

Como hemos dicho, la presencia de Wray es constante y numerosa, incluso en fotografías de publicidad donde no aparece su firma pero de las que se pueden deducir su inconfundible concepto técnico: utilización de flash anular (figura 130), ya que es el único que lo utiliza en España en esta época, o por los característicos fondos de

color, la iluminación sin sombras y la interacción de las modelos con diferentes elementos de atrezzo (figura 131).



Figura 129. Telva, n.º 426, septiembre 1981



Figura 48. Telva, n.º 426, septiembre 1981



Figura 131. Telva, n.º 426, sept. 1981

Y en otro tipo de publicidades, como la de la figura 132. para Elena Benarroch, Wray apuesta por imágenes en blanco y negro, mucho más personales y transgresoras, más propias del ámbito artístico que del publicitario de moda.



Figura 132. Telva, n.º 426, septiembre 1981

En la imagen de la figura 133 Michael Wray propone una imagen nocturna –la primera en Telva y con toda la probabilidad una de las primeras fotografías de moda nocturnas publicada en una revista– utilizando un flash de apoyo en exteriores. Esta fotografía se podría haber resuelto técnicamente colocando el flash a una potencia que diera una velocidad de obturación y un diafragma superior al de la luz ambiente, dando como resultado el conocido efecto de “noche americana”. Sin embargo, al utilizar un diafragma muy abierto para desenfocar el fondo junto a las limitaciones técnicas de los obturadores de la época, provocaban que la imagen se realizase justo antes de la oscuridad total.



Figura 133. Telva, n.º 427, septiembre 1981

Wray sigue presentando tanto sus imágenes inconfundibles (figura 134) como realizando una portada con una modelo ocupando la diagonal de la revista (figura 135), así como portadas con primeros planos (figura 136) y con planos generales (figura 137).



Figura 134. Telva, n.º 429, octubre 1981



Figura 135. Telva, n.º 430, noviembre 1981



Figura 136. Telva, n.º 431, noviembre 1981



Figura 137. Telva, n.º 432, diciembre 1981

Apuntar, como curiosidad, que al finalizar el año, la fotógrafa Silvia Polakof, presenta un editorial en el que las imágenes se resuelven de un modo similar en lo relativo a ópticas, diafragmas y momento del día para aprovechar una iluminación más suave y con menos contraste. Sin embargo, trabaja con las modelos en sombra, con el resultado de que los rostros y las prendas lucen poco (figura 138).



Figura 138. Telva, n.º 433, diciembre 1981

1982 va a caracterizars en Telva por la profusión de trabajos de Michael Wray y Enrique Caruncho, este último, como ya se ha apuntado, utilizando técnicas –como exponer para sombras en modelos a contraluz y utilizar diafragmas muy abiertos en los que sólo aparece el rostro enfocado– y conceptos estéticos –como la interacción de las modelos con diferentes elementos– del primero, hasta el punto de que las imágenes llegan a ser difícilmente diferenciables y es difícil determinar la autoría de algunas de las mismas, precisamente por esta homogeneización fotográfica.

Otros fotógrafos que también tienen presencia por esta época son Vallhonrat, Ferrari, Lucio Villalba, Nacho Pinedo, Franco Rossi, Mikel Selly, Roland de Vassal (1 al año), Graciano Ferrari y Alejandro Cabrera. Muy curiosa es la total desaparición de Antonio Molina, otrora un imprescindible, de Telva.

En abril de 1982 (figura 139), de Michael Wray, aparece por primera vez una niña en una portada de Telva. Todas las imágenes que la revista había presentado hasta este momento con niños eran de Michael Wray, como las que aparecen en el interior de este mismo número (figura 140), o de Caruncho –figura 141–, algo muy destacable, especialmente por la dificultad que tiene trabajar con niños y los tiempos que se permiten. En estas imágenes sí podemos observar una diferencia, mientras que en el editorial de Wray se mantiene una coherencia de luz y encuadre, en el de Caruncho no, trabajando con luz directa, en sombra o inclinando el plano en el mismo editorial.



Figura 139. Telva, n.º 439, abril 1982



Figura 140. Telva, n.º 439, abril 1982



Michael Wray sigue incorporando elementos de atrezzo en sus imágenes, desde motivos florales, elementos técnicos propios del estudio fotográfico –trípodes, barricadas...– o un “burro” para la ropa. Asimismo, sigo jugando con el movimiento del pelo de las modelos y utilizando una iluminación extremadamente cuidada. En las imágenes de la figura 142, Michael Wray utiliza una técnica que recuerda la luz natural sin sombras de las fotografías de Roland de Vassal, pero que se potencia al levantar la ropa de las modelos con un flash de relleno que, para evitar la aparición de sombras, se dispara a un diafragma inferior al de la luz ambiente.

El número 440 de Telva destaca porque la mayoría de las imágenes que aparecen están realizadas por Michel Wray. Resalta la portada, un clásico compositivo y técnico de Michael Wray (figura 143), frente a la del siguiente número, en la que utiliza de apoyo un flash de relleno (figura 144).



Figura 143. Telva, n.º 440, abril 1982



Figura 144. Telva, n.º 441, abril 1982

En las siguientes imágenes podemos ver un grupo de fotografías realizadas en exterior con algunas características mu interesantes de resaltar: modelos en luz directa, con fondos enfocados en sintonía con el vesturaio (figura 145), fotografías grupales en los que todos modelos y sus vestimentas aparecen perfectamente definidos sin ningún tipo de sombra parásita en los rostros (figura 146) y uso de entornos arquitectónicos con grandes contrastes de luz y sombra (figura 147) que, a pesar de la dificultad, dan como resultado un impecable resultado técnico –iluminación, diafragma y profundidad de campo–, compositivo –formato y aprovechamiento de las sombras– y estilístico –interacción natural entre las modelos y combinación de colores–.



Figura 145. Telva, n.º 441, abril 1982



Figura 146. Telva, n.º 442, mayo 1982



Figura 147. Telva, n.º 442, mayo 1982



Figura 148. Telva, n.º 444, julio 1982

Cuatro ejemplos ejemplos más de la influencia de Michael Wray en el trabajo de otros fotógrafos. En primer lugar, Lucio Villalba, quien en una portada de 1982 (figura 148) presenta una técnica muy similar a la de Wray incorporando además una barricada como elemento de apoyo de la modelo. Villalba utiliza aquí un flash en cenital apoyándose en una superficie reflectante a nivel de suelo para suavizar las posibles sombras que se generan (se puede detectar fácilmente por el doble reflejo en los ojos de la modelo).

En segundo lugar, Nacho Pinedo. En su primer trabajo para Telva (figura 149) realiza un editorial en exterior con la misma técnica de Wray. Sin embargo, no se atreve a colocar a las modelos a luz directa sol y hace las fotografías en sombra, perdiendo definición en los rostros y, especialmente, en la zona de los ojos. No será hasta su siguiente trabajo cuando empieza a colocar a las modelos en el sol (figura 150).

En tercer lugar, Enrique Caruncho, con una portada (figura 151) que representa perfectamente el prototipo de imagen técnicamente perfecta y que bien hubiera podido Michael Wray: contraluz con exposición para sombras (resaltando el pelo por

la luz del sol que a su vez está posicionado en zona más oscura para mayor realce), máxima apertura de diafragma para desenfocar fondo (dejando enfocado sólo el rostro) y apoyo con flash para realzar tono y color y dar brillo en los ojos.

Y por último, la portada del fotógrafo de origen anglosajón, Mikel Selly, (figura 152), destacando por el fondo de color tan característico de algunas imágenes de Wray.



Figura 149. Telva, n.º 444, julio 1982



Figura 151. Telva, n.º 445, junio 1982



Figura 150. Telva, n.º 448, extra 1982



Figura 152. Telva, n.º 446, julio 1982

Por su parte Michael Wray sigue presentando imágenes diferentes, que siempre destacan por diferentes cuestiones; elección de entornos cromáticos adecuados para las prendas –pensando en la paleta de colores más apropiada a la vestimenta y estilismo correspondiente– (figura 153), saltos de las modelos dando vuelo a las prendas que visten (figura 154) –el movimiento es parte esencial del trabajo de Wray (figura 155 y 156)–, continuar utilizando los fondos degradados o manchados (figura 157), fondos de color a juego con el estilismo utilizando flash cenital y pantalla reflectante a nivel de suelo para eliminar las sombras (figura 158), y portadas donde se incrementa la aparición de niños (figura 159).



Figura 153. Telva, n.º 446, julio 1982



Figura 154. Telva, n.º 448, extra 1982



Figura 155. Telva, n.º 451, octubre 1982



Michael Wray sigue trabajando en el ámbito de la publicidad, como el editorial de Yael Barnatán, hija de Elena Benarroch, (figura 160) y los de Don Algodón (figura 161 y 162), demostrando la importancia del trabajo de Wray y su repercusión en el mundo de la moda de esta época.



Figura 160. Telva, n.º 454, diciembre 1982



Figura 161. Telva, n.º 454, diciembre 1982



Figura 162. Telva, n.º 459, marzo 1983, pp 98-99

En la figura 163 se pueden observar dos imágenes en las que Michael Wray utiliza una nueva técnica de iluminación: dos flashes frontales, uno a cada lado de la modelo colocados muy cerca del fotógrafo, más un reflector a media altura. Con esto consigue una luz suave y homogénea que suaviza mucho las sombras en el cuello. Esta misma técnica será empleada en una imagen de exterior para portada posterior (figura 164). En primer lugar, el fotógrafo decide el grado de sobreexposición del fondo (o en este caso del pelo de la modelo). Y en segundo lugar, determina la exposición del rostro y con el apoyo de los flashes frontales aumenta o reduce la potencia de la luz artificial. Como se puede observar, el pelo no está tan sobreexposto como en sus primeras portadas, está más igualado con el rostro, que está algo subexpuesto.

Sin embargo, lejos de continuar con esta nueva técnica de iluminación que domina a la perfección (y agotarla como harían otros fotógrafos), el Wray más heterodoxo sigue presentando imágenes diferentes para cada trabajo, como esta fotografía en exterior sin el apoyo de luz artificial (figura 165).



Figura 163
Iqda.: Telva, n.º 461, abril 1983, portada
Dcha: Telva n.º 464, mayo 1983, portada



Figura 164. Telva, n.º 463, mayo 1983



Figura 165. Telva, n.º 469, agosto 1983

La interacción de las modelos con elementos de apoyo en las fotografías de Michael Wray alcanza niveles sorprendentes, llegando a incluir, como en una sesión realizada en el zoo de Madrid, un elefante (figura 166). Sin embargo, lo que más llama la atención de la imagen es que, una vez más, parece tratarse de una fotografía que documenta la sesión y no una fotografía realizada para ser publicada en una editorial de moda: no se ve la cara de una de las modelos y aunque la ropa se ve perfectamente adquiere casi más relevancia la presencia del animal que el propio estilismo. Este tipo de imágenes son muy características de Wray, no sólo para Telva, también en sus reportajes para la revista Novedades.

Y seguimos encontrando editoriales de Wray donde las modelos aparecen desplazándose, en movimiento, ajenas a la presencia del fotógrafo, en actitud natural sin posar de forma expresa, como captadas por la mirada de un ojo curioso (figura 166 bis).



Figura 166. Telva, n.º 461, abril 1983

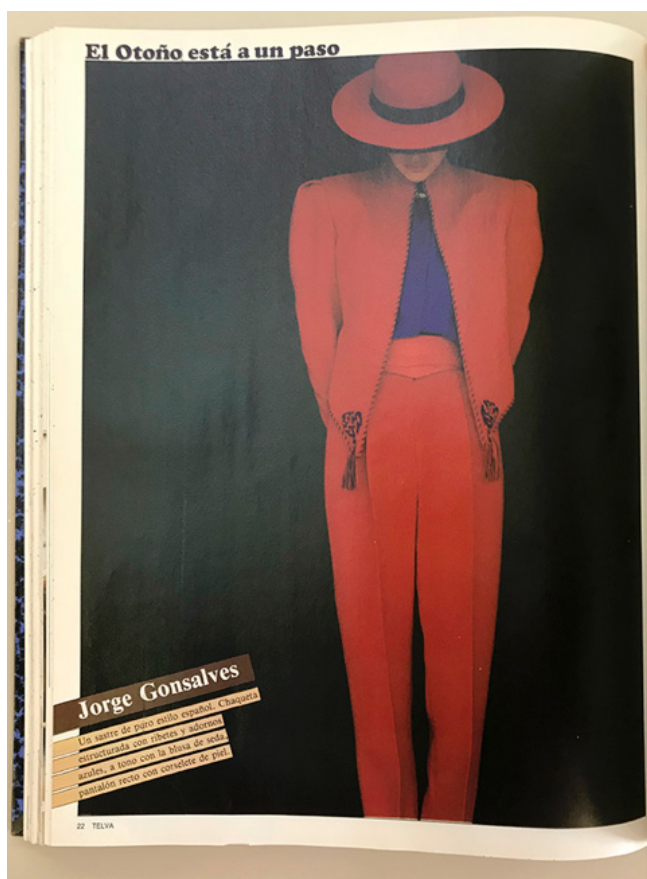


Figura 166 bis. Telva, n.º 463, mayo 1983

En las siguientes imágenes nos encontramos con un extenso editorial muy curioso, llamado "El otoño está a un paso." Si observamos las imágenes centrales del editorial (figura 167) y las comparamos con las de la figura 168, parece esta el resultado de una toma errónea. Con un fondo totalmente negro, la modelo no está específicamente iluminada, es decir, parece que la luz no viene de ningún lado; la imagen está subexpuesta y o bien se realizó aprovechando la luz ambiente (natural) del plató o bien los flashes no saltaron durante el disparo. Sea cual fuera el motivo y dado que la imagen resultaba muy interesante, parte de la información fue recuperada en laboratorio⁶⁷, dando como resultado una fotografía de gran belleza compositiva y estilística. En cualquier caso, es una imagen muy peculiar que no volverá a aparecer en la producción de Michael Wray.⁶⁸

67 En esta época ya se conseguían resultados muy buenos en laboratorio, "rescatando" información oculta en las fotografías. Una de las técnicas era realizar una diapositiva por contacto que permitía, a pesar de la poca latitud de la dispositiva, levantar hasta tres puntos la exposición, o bien hacían un contacto en negativo, lo sobrerrevelaban consiguiendo mayor densidad.

68 Insistimos en el hecho de que, en esta época, Enrique Caruncho y Michael Wray, tienen una presencia apabullante en Telva. El resto de fotógrafos colaboradores habituales apenas aparecen: Ferrari, Rossi o de Vassal pueden tener uno o dos editoriales al año.



En otro editorial para un especial Figurín Moda de Telva, Michael Wray vuelve a sorprender con una nueva apuesta técnica de iluminación: la luz del flash frontal que utiliza se sobrepone a la luz ambiente. A partir de aquí, experimenta con obturaciones muy lentas sincronizando el flash a la segunda cortinilla⁶⁹, consiguiendo imágenes en las que las modelos están perfectamente definidas pero con un ligero efecto de movimiento, una especie de halo con sombra, algo muy novedoso en la época (figuras 169 y 170).



Figura 169. Telva, n.º 469, agosto 1983

69 Al disparar una fotografía, se activa en la cámara el proceso de apertura del obturador para dejar entrar la luz. Esto se consigue gracias a las cortinillas, una especie de "persianas" que suben y bajan para dejar pasar la luz al sensor o película durante el tiempo seleccionado. Para conseguir velocidades muy rápidas, el obturador cuenta con dos cortinillas, de tal forma que mientras baja la primera, la segunda lo hace a continuación y en la misma dirección a milésimas de segundo, reduciendo considerablemente el tiempo que tardaría en subir y bajar una sola. Cuando el obturador está cerrado, una de las cortinillas tapa el sensor y la segunda se coloca justo encima de la primera. Si se activa el disparador, la primera cortinilla baja para dejar pasar la luz hasta el sensor durante el tiempo configurado. Una vez que haya terminado, baja la segunda cortinilla, tapando la luz y evitando que se siga exponiendo el sensor o película.



Figura 170. Telva, n.º 470, septiembre 1983

En el mismo número aparecen otras imágenes de Wray, como las de las figura 171, y una nueva colaboración con Elena Benarroch, en la que incluye fondos de plástico (figura 172).



Figura 172. Telva, n.º 470, septiembre 1983

En un número posterior vuelve a utilizar recursos técnicos que hacía tiempo que no se veían en la revista, como el flash anular (figura 173). No es algo aleatorio, sino elegido en función del editorial o el estilismo.



Figura 173. Telva, n.º 471, septiembre 1983

En octubre de 1983, Telva celebra sus 20 años y publica un número extra, con portada de Michael Wray, para celebrarlo. Aquí Wray acomete diferentes editoriales en los que plantea para cada uno un estilo técnico diferente, dando muestra de su versatilidad y adaptación a cada trabajo pero sobre todo de un perfecto conocimiento técnico (figuras 174 y 175).

En otro número de noviembre de 1983 nos encontramos con más de veinte páginas de imágenes de Michael Wray. En una de ellas (figura 176), el fondo se trata por separado, con una iluminación con efectos, sorprendiendo la presencia en la misma imagen de dos poses tan diferentes, una más natural y otra mas forzada (y propia de los ochenta).

Sin embargo, vuelve a imágenes menos atrevidas cuando la vestimenta así lo exige (figura 177). Esto pone de manifiesto que la fotografía de moda, tal y como la entendemos

hoy, no es el resultado de la necesidad de mostrar/ilustrar una determinada prenda, sino la conjunción en una imagen de la interacción creativa entre esa prenda y la propia fotografía. Quizás por eso, fotógrafos como Roland de Vassal, que ponen por encima de la imagen su propio estilo y técnica, no han sido capaces de tener esta continuidad que sí tuvo Michael Wray. La moda es muy cambiante y diferente temporalmente, y ni el estilo de la moda puede estar al servicio de la fotografía ni la técnica fotográfica puede estar al servicio de la moda. La nueva imagen de moda es algo que surge como consecuencia de una sinergia que se establece al unir el mundo creativo de la moda con el de la fotografía.



Figura 174. Telva, n.º 473, octubre 1983

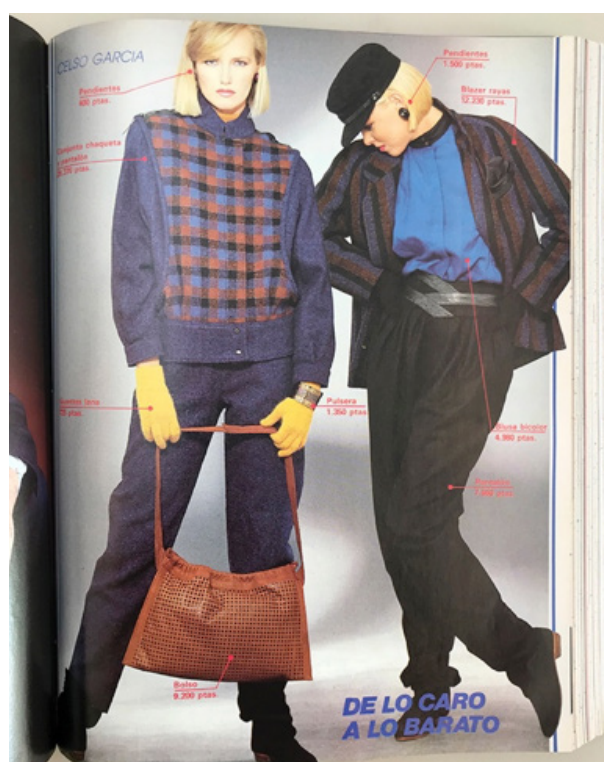




Figura 177. Telva, n.º 476, diciembre 1983

En el último número de 1983 aparece una portada de Michael Wray cuya característica es que, obteniendo un resultado prácticamente similar a las anteriores, utiliza dos luces, una superior y otra inferior, para iluminar a la modelo (figura 178). ¿Por qué este cambio? Probablemente para adaptarse a los rasgos de la modelo, porque en planos tan cerrados no hay tanta diferencia lumínica en el resultado final. En el interior del mismo número vemos un editorial donde Wray vuelve a utilizar los fondos iluminados que ha empleado con anterioridad (figura 176), utilizando luces en diferentes direcciones y con diferentes intensidades, esta vez en un plano tres cuartos de las modelos (figura 179).

1984 arranca en Telva con oportunidades para fotógrafos como Elisabeth Hopler o Jeroni, volviendo a los editoriales en exteriores en condiciones de luz de día nublado. Mientras que Franco Rossi, Graziano Ferrari o Roland de Vassal tienen menos presencia, Caruncho y Wray siguen siendo los fotógrafos estrella de la revista, con editoriales de gran relevancia. También colaboran de forma más asidua Nacho Pinedo y Alejandro Cabrera, y aparece Miguel Oriola.



En la figura 180 observamos la vuelta de Michael Wray al uso del flash anular utilizando elementos de apoyo –botella de champán– que ya utilizara en el pasado.



Figura 180. Telva, n.º 478, enero 1984

Aparece Javier Vallhonrat con propuestas muy interesantes en cuanto a las poses de las modelos. En la imagen de la figura 181 la modelo aparece con los ojos cerrados intencionadamente, en una pose muy forzada –en plano inclinado– pero al mismo tiempo elegante. Y en la figura 182, observamos una nueva propuesta lumínica, técnicamente compleja: iluminación lateral muy suave para crear un degradado de luz a sombra (con densidad) muy sutil, generando volumen y profundidad.

En este mismo número Michael Wray sorprende al posar junto a las modelos. Su look británico transmite en la imagen un efecto rupturista con la vestimenta más tradicional (figuras 183 y 184).



Figura 181. Telva, n.º 481, febrero 1984



Figura 182. Telva, n.º 481, febrero 1984



Figura 183. Telva, n.º 481, febrero 1984



Figura 184. Telva, n.º 481, febrero 1984 (detalle)

Como se puede observar por las imágenes de Valhonrat y Wray, es habitual en este momento el uso de fondos de tela "manchados", principalmente de color gris pero con tonalidades irán variando según las necesidades de la moda.⁷⁰

Mientras nos encontramos con un editorial de Enrique Caruncho que bien podría haber firmado Michael Wray (figura 185), este vuelve a arriesgar, esta vez sentando a una modelo en el suelo del estudio, con la mirada perdida fuera del cuadro (izquierda, figura 104), o jugando nuevamente con el movimiento y la fuerza de las manos en la pose (derecha, figura 186).

En este mismo número, Wray utiliza un registro fotográfico muy diferente para otro editorial. Al igual que ya hiciera Valhonrat, separa el fondo de la modelo mediante una

⁷⁰ Estos fondos de tela se hacían de forma casera: una tela grande se anuda, retuerce y dobla, se entinta y posteriormente se le dan "fregados" con lejía.



Figura 185. Telva, n.º 482, marzo 1984



Figura 186. Telva, n.º 482, marzo 1984

luz lateral muy suave que genera una suave transición entre luz y sombra –degradado con detalle y densidad– generando volumen y profundidad.

Muy interesante resaltar el siguiente editorial con niños de Michael Wray. Salvo alguna propuesta aislada de Enrique Caruncho, la mayoría de los editoriales de moda donde intervienen niños son encargados a Michael Wray, probablemente por la facilidad que tiene el fotógrafo británico para empatizar con modelos infantiles. En este caso, Michael rompe con la imagen tradicional de moda infantil y los niños son presentados intencionadamente como modelos adultos y profesionales, interaccionando con objetos inusuales, peinados impropios para su edad y con una marcada expresión de seriedad en sus rasgos (figura 188). En algunas imágenes incluso, se transmite una imagen de enfado o incomodidad muy forzada (figura 189).



Figura 188. Telva, n.º 483, abril 1984



Figura 189. Telva, n.º 483, abril 1984

En la imagen de la figura 190, Michael Wray lleva su gusto por el movimiento en la moda al límite. La modelo sobre patines en una carretera, perfectamente iluminada y enfocada en una imagen con muy poca profundidad de campo, algo técnicamente muy difícil de conseguir, pues el fotógrafo dispara con teleobjetivo a una distancia focal muy grande, velocidad de obturación muy alta y con enfoque manual.

En los números que siguen, se produce en ocasiones una cierta confusión a la hora de determinar el autor de un editorial. Al igual que no existe diferencia técnica ni conceptual entre Michael Wray y Enrique Caruncho, tampoco empieza a haberla con otros fotógrafos, como Alejandro Cabrera.

En unas imágenes para el número de junio de 1984, Michael Wray va a incorporar una luz de perfil y otra en contra para el pelo. Se trata de puntos de luz muy sutiles sobreexpuestos respecto a la luz principal, detalles lumínicos para romper la homogeneidad de la iluminación y separar zonas de sombra entre la modelo y el fondo (figura 191). Asimismo, observamos un planteamiento muy elegante en las poses de

las modelos, en la combinación de colores y en el juego que producen los reflejos de luz (figura 192, izquierda). Destacar, la interacción de la modelo con una fotografía polaroid de prueba, probablemente realizada para esta misma imagen (figura 192, derecha).⁷¹



Figura 190. Telva, n.º 486, mayo 1984



Figura 191 Telva, n.º 488, junio 1984

71 Michael Wray es uno de los primeros fotógrafos en la incorporación del Polaroid en España.



Figura 192
Izquierda: Telva, n.º 488, junio 1984, p 44
Derecha: Telva, n.º 488, junio 1984, p 48

En las siguientes tres portadas Michael Wray utiliza tres tipos de iluminación muy diferentes. En la primera de ellas (figura 193), utiliza el recurso técnico de anteriores editoriales: iluminación lateral para conseguir un degradado a sombra muy suave; en la segunda (figura 194), aprovecha la luz de atardecer (con baja temperatura de color) para darle un tono muy cálido a la piel, reforzado con una luz de flash a baja potencia, sólo para dar brillo a labios y ojos, predominando la luz de sol; y en la tercera vuelve a utilizar el flash anular (figura 195).

Michael Wray sigue siendo un “torbellino” creativo. Es capaz de, en un mismo número y en páginas consecutivas, presentar un editorial de gran elegancia con luz exterior directa y jugando con la paleta cromática (figura 196), a trabajar en un estudio mostrando elementos del plató y de iluminación (figura 197) o introducir una propuesta con niños probándose zapatos de adulto (figura 198).



Figura 193. Telva, n.º 489, julio 1984



Figura 194. Telva, n.º 490, julio 1984



Figura 195. Telva, n.º 498, diciembre 1984



Figura 198. Telva, n.º 492, septiembre 1984



Figura 196. Telva, n.º 492, septiembre 1984



Figura 197. Telva, n.º 492, septiembre 1984

De gran relevancia, por la significación del fotógrafo, la inclusión de dos imágenes publicitarias de la marca de joyas Pomellato realizadas por Helmut Newton (figura 199 y 200). Totalmente diferentes a lo visto en Telva hasta el momento, muy transgresoras y actuales estilística y conceptualmente.



Figura 199. Telva, n.º 497, noviembre 1984

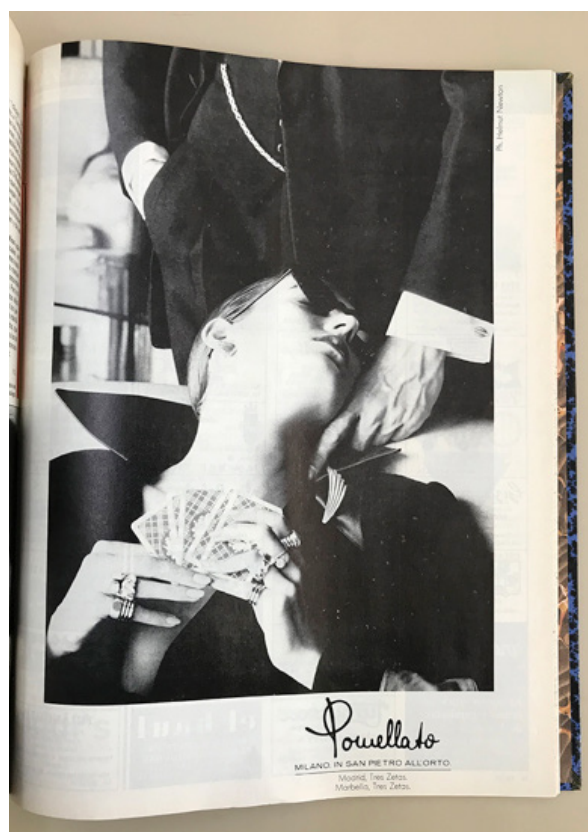


Figura 200. Telva, n.º 499, diciembre 1984

Ya en el año 1985, y mientras Michael Wray sigue teniendo una permanencia constante en Telva (figura 200), destacan nuevos colaboradores como José Manuel Ferrater. En un editorial de febrero de 1985, este fotógrafo presente una propuesta muy diferente a lo visto hasta ahora: iluminación directa jugando con la temperatura de color, dando un aire de artificialidad y estética futurista, y uso de ópticas angulares con gran profundidad de campo (figuras 201 y 201bis).



Figura 200. Telva, n.º 500, enero 1985



Figura 201. Telva, n.º 502, febrero 1985



Figura 201 bis. Telva, n.º 502, febrero 1985

La influencia de Michael Wray en los fotografías es muy evidente a estas alturas, como se puede ver en esta imagen de Alejandro Cabrera (figura 202), en la que utiliza un fondo oscuro iluminado con la misma técnica utilizada por Michael Wray con anterioridad (figura 203).



Figura 202. Telva, n.º 503, marzo 1985



Figura 203. Telva, n.º 482, marzo 1984

En las siguientes imágenes vemos algo poco habitual en las fotografías de Michael Wray: iluminación frontal con cuatro fuentes de luz (figura 204, izquierda) y con tres (figura 204, derecha). Además de que el resultado resulta ser muy artificial, especialmente por los reflejos en los ojos, no tiene mucha explicación técnica este tipo de iluminación, pues si la intención es buscar una ausencia total de sombras se podría haber conseguido con una configuración más simple, como en la imágenes de la figura 120, donde el propio Wray utiliza bien una luz superior y otra inferior (fig.205, izquierda) bien una luz a izquierda y otra a derecha (fig.205, derecha), obteniendo resultados similares.



Figura 204
Izquierda: Telva, n.º 504, marzo 1985, portada
Derecha: Telva, n.º 504, marzo 1985, pp 100



Figura 205
Izquierda: Telva, n.º 507, mayo 1985, portada
Derecha: Telva, n.º 508, junio 1985, portada

En este momento de Telva parece que hay dos tendencias muy diferentes. Por una parte, aquella que ha definido el estilo de la revista en los últimos tiempos, tras la irrupción y consolidación de Michael Wray –sigue presentando imágenes de gran fescura y originalidad, fieles a la heterodoxia que le caracteriza (figura 206)– y su influencia mimética en fotógrafos como Enrique Caruncho y, por otra, la de fotógrafos como Paco Navarro (figura 207), con propuestas muy novedosas, Julio Moya (figura 208), con un estilo diferente y apoyo de flash en exterior, o el ya referido José María Ferrater quen con en una imagen (figura 209) reúne todas las propuestas anteriores de Michael y las pone en práctica en exterior: 2 luces laterales, contraluz para el pelo, plano inclinado y desenfoque en el fondo.



Figura 206. Telva, n.º 504, marzo 1985



Figura 207. Telva, n.º 507, mayo 1985



Figura 208. Telva, n.º 508, junio 1985



Figura 209. Telva, n.º 510, junio 1985

En la siguiente imagen (figura 210) vemos algo raro en Michael Wray: una fotografía realizada a luz directa de sol con apoyo de flash para matizar sombras (se mantiene el uso del teleobjetivo buscando disminuir la profundidad de campo y por lo tanto el fondo desenfocado). El resultado es un rostro perfectamente definido con una sombra marcada de la barbilla en el cuello.



Figura 210. Telva, n.º 508, junio 1985



Figura 211. Telva, n.º 510, junio 1985

Llama la atención una aportación interesante de José María Ferrater: el uso de espejos para dirigir la luz hacia la modelo (figura 211), algo que posteriormente se utilizará asiduamente. Michael Wray sigue haciendo portadas y su presencia es constante (figura 212, izquierda). El uso ya habitual de dos luces de flash, uno superior y otro inferior, es utilizado igualmente por Paco Navarro (figura 212, derecha). Ambas imágenes, rostros sin sombras perfectamente iluminados, contrastan con otras publicadas en la revista, como la imagen de la figura 213 (izquierda), una publicidad realizada fuera

de España (probablemente en Francia) con una técnica muy compleja y depurada de iluminación mediante la cual se consigue un degradado de luz a sombra con densidad, generando en el rostro volúmenes de gran belleza. Esta misma técnica la empleará varios números después Enrique Caruncho para una portada (figura 213, derecha), sin conseguir el mismo grado de contraste.

Otra curiosidad, durante 1985, es la aparición de figuras centrales de la movida madrileña en publicidad de marcas, como Alaska promocionando una bebida alcohólica (figura 214).



Figura 212
izqda.: Telva, n.º 512-513, 2ª quincena julio 1985 y agosto 1985
dcha.: Telva, n.º 517, octubre 1985, portada



Figura 213
 izqda.: Telva, n.º 516, octubre 1985
 dcha.: Telva, n.º 521, diciembre 1985



Figura 214. Telva, n.º 512-513, 2ª quincena julio 1985 y agosto 1985,

En el segundo semestre del año se asienta la presencia de una gran número de colaboradores gráficos. A los anteriormente citados se unen otros como Oriola, José Moya, José Linos, Toni Bernard, Ana Loscher, Pim Martell, Paco Navarro y Santiago Moreno. En una portada de este último (figura 215) se puede apreciar el mismo estilo de iluminación ya comentado anteriormente utilizado por Michael Wray, en este caso dos luces laterales.

Y por último, en el penúltimo número de 1985, Michael Wray presente una portada con un fondo blanco iluminado de forma homogenea desde los laterales, sobrepuesto a la luz principal, en un plano medio largo y utilizando flash anular (figura 216).



Figura 215. Telva, n.º 519, noviembre 1985



Figura 216. Telva, n.º 520, diciembre 1985

5. CONCLUSIONES

1. Durante los primeros años de la década de los setenta, y cuando las revistas de moda ya tenían una tradición de más de cinco décadas a nivel mundial, la fotografía de moda en España aún no puede ser considerada una especialidad fotográfica. Del análisis de las imágenes de las revistas de moda de esta época se desprende, por una parte, una gran cantidad de errores técnicos, de puesta en escena y de iluminación; por otra, deslices en la dirección artística y ausencia de profesionalidad en las modelos; y por último, una evidente indefinición estética. Estas carencias son más evidentes, si cabe, cuando las propias revistas de moda españolas muestran imágenes publicitarias asociadas con la moda de marcas extranjeras, o cuando se encargan editoriales de moda a fotógrafos extranjeros como Sarah Moon, Roland de Vassal, Pierre Perouse, Henry Clark o Steve Hiet, entre otros. Es evidente que el fotógrafo español, en esta época, no es un especialista. Al hecho histórico de que España está viviendo los últimos años de dictadura franquista –el aislacionismo dificulta la inmersión profesional en todos los ámbitos–, se suma la falta de formación de los propios fotógrafos, así como sus limitaciones técnicas y de acceso a material fotográfico actualizado.
2. La llegada de Michael Wray a España trae consigo la introducción de cambios técnicos, estéticos y de gestión profesional en la incipiente fotografía de moda española: cambios técnicos con la incorporación de diversos sistemas de iluminación con flash –como el flash anular, primera vez que es utilizado en España–, soportes –Polaroid en todos los formatos, nunca visto con anterioridad en los ámbitos de la moda y publicidad en España–, materiales –fondos blancos y de colores–, y el uso de los mismos; cambios estéticos en el tratamiento e interacción con las modelos –movimiento y expresividad– y elección de tomas que parecen residuales; y cambios de gestión profesional relativos a la producción, la dirección de arte, la selección de las modelos, la estructura del estudio fotográfico, la selección de las imágenes, y la desatomización y posterior agrupación profesional.

3. Michael Wray es un fotógrafo que no tiene un estilo concreto a nivel conceptual. Su condición estilística está vinculada con lo formal y por lo tanto se puede concluir que la técnica es su estilo. Este aspecto es muy determinante, pues el hecho de que su técnica haya sido referencia para tantos fotógrafos ha provocado que con el paso de los años muchas imágenes sean atribuidas a él, cuando en realidad son de otros. Michael Wray es un pionero de la fotografía de moda en España, un fotógrafo con un gran conocimiento y dominio de la técnica que gracias a la incorporación de nuevos modos y sistemas de trabajo –por ejemplo, la metodología de trabajo con las agencias de publicidad– se convierte en un referente imprescindible para que un sector tan embrionario como el de la fotografía de moda empiece a florecer profesionalmente.
4. La presencia progresiva de Michael Wray en TELVA durante los primeros años de la transición española se relaciona directamente con un cambio de estilo gradual en la revista. Las fotografías de Wray comienzan a destacar. De una revista editorialmente conservadora, sobria y con una estética vaga, con manifiestas diferencias entre los trabajos nacionales y los extranjeros, se pasa a una revista más heterogénea, fresca y mejor definida estéticamente, donde las diferencias vienen marcadas por los trabajos de Michael Wray. Esto provoca que algunos fotógrafos españoles desaparezcan de las editoriales y que otros hagan un giro hacia este nuevo estilo. Asimismo, se produce un cambio generacional, es decir, jóvenes fotógrafos españoles que ya empiezan a manejar y dominar los conceptos técnicos introducidos por Michael Wray, como Enrique Caruncho, se incorporan a las revistas de moda.
5. La consolidación de Michael Wray en España se produce entre finales de la década de los setenta y comienzos de los ochenta. Por una parte, su presencia constante y masiva en editoriales de moda –hasta decenas de páginas en el mismo número, en ocasiones–, y por otra, su influencia en otros fotógrafos, demostrada en la producción de imágenes cuya autoría se llega a confundir dado el reconocible estilo técnico de Michael Wray en las mismas. Esto favorece el definitivo e inevitable cambio de estilo en Telva, ayudado por otras cuestiones fundamentales: nuevas

exigencias editoriales, nuevo contexto político y social y una nueva maquetación más moderna y menos conservadora. Gracias a Michael Wray se logra que las revistas de moda confíen sus trabajos más exigentes a fotógrafos nacionales, que ahora sí están bien formados y conocen y dominan la técnica fotográfica –demostrando la relevancia e importancia de esta, y las aportaciones de Michael Wray–. Esto implica una reducción de costes muy significativa y hace pensar que es uno de los motivos de la aparición de nuevas publicaciones de moda en este momento histórico, como Greca (1978), Dunia (1978) o Cómplice (1984), o publicaciones extranjeras que ven la luz en España por primera vez, con la entrada masiva de grandes grupos extranjeros y publicaciones como Marie Claire, Vogue y Cosmopolitan en 1986.

6. Sin duda alguna, Michael Wray es el fotógrafo que más ha ayudado a definir y consolidar la fotografía de moda como especialidad en España. El momento histórico de la transición española, con los consabidos cambios culturales y sociales, sin duda favorecen esta consolidación. Pero lo que es evidente, es que en poco más de quince años se pasa de una situación de casi desolación en la fotografía de moda –con fotógrafos pioneros como Antonio Molina, con gran valor en sus inicios–, a otra donde surgen una larga relación de fotógrafos españoles de gran relevancia, como Javier Vallhonrat, Luis Malibrán (quien denominó a Wray como “el maestro de la luz”) o Alejandro Cabrera, que junto a Michael Wray se convierten en los principales referentes de la nueva fotografía de moda en España.

6. BIBLIOGRAFÍA

ABAD-ZARDOYA, C. (2011) "El sistema de la moda. De sus orígenes a la postmodernidad" en revista Emblemata, nº 17. Visto online en <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/31/78/03abad.pdf>

ARNOLD, R. (2001) Fashion, Desire and Anxiety: Image and Morality in the 20th Century. London: I.B. Tauris.

BAIXERAS, F. (2014) "La problemática de la profesión de fotógrafo," en OLIVERA ZALDÚA, M. y SALVADOR BENÍTEZ A. (Ed.) Del Artefacto Mágico al Píxel Estudios de Fotografía. XXIII Jornadas FADOC I Congreso Internacional de Documentación Fotográfica. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

BARTHES, R. (1986) Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces. Barcelona: Paidós.

BARTHES, R. (1987). El susurro del lenguaje, más allá de la escritura y la palabra. Barcelona: Paidós.

BARTHES, R. (1989) La cámara lúcida: Notas sobre la fotografía. Barcelona: Paidós.

BAUDELARIE, Ch. El pintor de la vida moderna (1863). Visto online en <http://www.ecfrasis.org/wp-content/uploads/2014/06/Charles-Baudelaire-El-pintor-de-la-vida-moderna.pdf>

BAUDRILLARD, J. (2009) La sociedad de consumo. Madrid: Siglo XXI.

BENJAMIN, Walter (2011) Breve historia de la fotografía, Casimiro Libros, Madrid, 2011.

BENLLOCH SERRANO, P. (2014), "El máster en fotografía de la UPV y sus consecuencias en la investigación," en OLIVERA ZALDÚA, M. y SALVADOR BENÍTEZ A. (Ed.) Del Artefacto Mágico al Píxel Estudios de Fotografía. XXIII Jornadas FADOC I Congreso Internacional de Documentación Fotográfica. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

BIRLANGA . J.G. Baudelaire y la moda. Notas sobre la gravedad de lo frívolo. Visto online en <https://revistas.uam.es/bajopalabra/article/view/3629/3869>

- CASAJÚS, C. (1993) Historia de la fotografía de Moda. Tesis doctoral. Madrid: UCM.
- CONNOR, S. (1996) Cultura postmoderna. Madrid: Akal.
- COSTA, J. (1977) El lenguaje fotográfico, Madrid: Ibérico Europea de Ediciones.
- CRIMP, D (1980) "The Photographic Activity of Postmodernism" en revista October, número 15, invierno 1980, pp 91-100. Visto online en <http://faculty.georgetown.edu/irvinem/visualarts/Crimp-Photography-PoMo-October-1980.pdf>
- DESCALZO, A., LEIRA, A. (2013) España en sus vestidos 1840-2000. Madrid: Fundación Mapfre, TF Editores
- EGUIZÁBAL MAZA, R. (2006) Fotografía publicitaria. Madrid: Cátedra.
- EMBERLEY, J. (1987) "The Fashion Apparatus and the Deconstruction of Postmodern Subjectivity" en Canadian Journal of Political and Social Theory, 11:1-2.
- ENTWISTLE, J. (2000) El cuerpo y la moda. Barcelona: Paidós.
- FAURSCHOU, G. (1987) "Fashion and The Cultural Logic of Postmodernity" en Canadian Journal of Political and Social Theory, 11:1-2.
- FOSTER, H. (1985) La postmodernidad. Barcelona: Kairós.
- GALLERO, J.L (1991) Sólo se vive una vez: esplendor y ruina de la movida madrileña. Madrid: Árdora ed.
- FOUCE RODRÍGUEZ, Héctor. (2002) El futuro ya está aquí. Música pop y cambio cultural en España. Madrid 1978-1985. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Visto online en <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t26537.pdf>
- GONZÁLEZ, A-M. (2003) "Pensar la moda" en Nuestro tiempo. Arvo Net. Visto online en <http://arvo.net/pdf/val-moda-mg-1.pdf>
- GUERRERO GONZÁLEZ-VALERIO, Beatriz (2015). "La fotografía de moda y la puesta en escena a través de la obra de Deborah Turbeville" en Index Comunicación, nº 5 (1).

Visto online en <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/135>

GUERRERO GONZÁLEZ-VALERIO, Beatriz (2015). "La fotografía de moda: de imagen fija a imagen movimiento" en Alcudia Borreguero, M., Legorburu Hortelano, J.M., Barceló Ugarte, T. (coord.) (2012) Convergencia de medios. Nuevos desafíos para una comunicación global. Madrid: CEU ediciones.

GUTIÉRREZ, Ciuco (2007) Mírame, mírame: la moda y los complementos a través de la fotografía española. Elda: Fundación Museo del calzado de Elda.

HACK, J. (2009) Another Fashion Book. Göttingen: Steidl.

HERRERO, M. (2002) "La moda en la postmodernidad" en Humanitas nº 27. Visto online en <http://www.humanitas.cl/images/html/biblioteca/articulos/d0101.html#fnB4>

JACOBSON, RALPH E. (1981) Manual de fotografía. Barcelona: Ediciones Omega Págs. 132-141

JAMESON, F. (1998) The cultural turn: Selected Writings on the Postmodernism, 1983-1998. London:Verso.

KEANEY, M. (2007). Fashion and Advertising: The World's Top Photographers Workshops. RotoVision.

LAVER, J. (1988) Breve historia de la moda. Madrid: Cátedra.

LECHADO, J.M. (2005) La movida. Una crónica de los 80. Madrid: Algaba ed.

LECHADO, J.M (2013) La movida y no sólo madrileña. Madrid: Ediciones Sílex

LIPOVETSKY, G. (1996) El imperio de lo efímero. Barcelona: Anagrama.

LOZANO, J. Walter Benjamin, la moda. El eterno retorno de lo nuevo. Visto online en <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero24/modaloz.html>

LYOTARD, J-F. (1991) La condición postmoderna. Madrid: Cátedra.

MARTÍNEZ BARREIRO, A. (1998) "La moda en las sociedades avanzadas" en Papers, nº 54. Barcelona: Universidad Autónoma de Cataluña. Visto online en: <http://papers.uab.cat/article/view/v54-martinez/pdf-es>

MEDINA CANO, F. (2008) "La moda, el sentido del vestir y la postmodernidad" en Iconofacto, vol. 4, nº 5. Visto online en <https://revistas.upb.edu.co/index.php/iconofacto/article/view/3054/2689>

MOREIRAS MENOR, C. (2010) "La realidad in-visible y la espectacularización '(inter) nacionalista' de la movida madrileña: el caso de la fotografía " en IC-Revista científica de información y comunicación, nº7.

PULTZ, J. (2003) La fotografía y el cuerpo. Madrid: Akal.

SÁNCHEZ MONTALBÁN, Francisco José (2009) Moda y fotografía: Génesis de costumbres y usanzas, en Lorenzo Rojas, J.F., Sánchez Rodríguez, M.J., Montoro Cano, E.R. (Eds), Lengua e historia social. La importancia de la moda. Universidad de Granada.

SOLOMON GODEAU, A (1984) "Winning the game when the rules have been changed: Art Photography and Postmodernism" en revista Screen, volumen 25, número 6, Noviembre 1984, pp 88-103. Visto online en http://photo-soup.org/wp2013/wp-content/uploads/2015/02/AbigailSG_winningthegame.pdf

VATTIMO, G. (1990) La sociedad transparente. Paidós.

VATTIMO, G. (2003) En torno a la postmodernidad. Barcelona: Anthropos editorial.

VELA ZANETTI, M., NARVÁEZ GARCÍA, P. y SEGURA CELMA, A. (2003) España de moda. Artec impresores.

VILARÓS, T. M. (1998) El mono del desencanto: una crítica cultural de la transición española (1973-1993). Madrid: Siglo XXI

HERSCHDORFER, N. (2010), Belleza moderna en papel satinado: la fotografía de moda y la refinación del cuerpo, Joyas del artista, 2010

LIBERMAN, Alexander, On the edge, Images from 100 Years of Vogue, Nueva York, 1992

LÓPEZ MONDÉJAR, Publio, Historia de la fotografía en España, Lunwerg, 2001

MARCOS MOLANO, María del Mar, Estética de la fotografía publicitaria en España: 1975-1995, UCM, Madrid, 1996

MARZAL, Javier, Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada. Cátedra, Madrid, 2008

PIJOAN, José, Summa Artis (Tomo 47), La fotografía en España: de los orígenes al siglo XXI, Espasa Libros, 2001

RIGALT, C. (2013) La "chica" de Telva ha hecho historia. Visto online en http://elmundo.orbyt.es/2013/12/07/tu_mundo/1386450082.html

SÁNCHEZ MONTALBÁN, F. J.: Moda y fotografía. Génesis de costumbres y usanzas. 383-403. En LORENZO ROJAS, J. F. (ed.): Lengua e historia social. La importancia de la moda. UNIVERSIDAD DE GRANADA. Granada, 2009.

SCOPA-ZUCCHI, Oscar, Vogue España : 100 años de moda, Ediciones Condé Nast, 2000, Madrid

SOUGEZ, Marie-Loup, Historia general de la fotografía, Cátedra, Madrid, 2007

SUÁREZ, C. (2013) Hasta el infinito y más allá en TELVA, Especial 50 años, pp. 154-178.

VILARÓ, Arnau, El eco de la fotografía de Barthes. La nueva cámara lúcida: Notas sobre el cine digital, Barcelona, 2011

WESTON, Edward, Viendo fotográficamente, publicado originariamente en The Complete Photographer nº 49, 1943

WHITE, Minor. El ojo y la mente de la cámara. En FONTCUBERTA, Joan (Ed.), Estética fotográfica. Gustavo Gili. Barcelona, 2013. Publicado originariamente en Magazine of Art, nº 1, 1952.

7. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Altas luces:** zona donde la luz incide directamente.
- **Acutancia:** Percepción de detalle y definición en una imagen producido por el grado de contraste que se observa en el límite entre detalles que difieren por su luminancia o densidad óptica. Es mayor cuanto más contraste hay en el límite entre una zona oscura y otra más clara.
- **Bandera:** Bastidor rectangular forrado de tela negra con adaptador para rótula de ceferino y que se utiliza para eliminar o cortar luces parásitas. Pueden ser translúcidos o de rejilla.
- **Beauty:** Anglicismo. Especialidad de la fotografía de moda y publicidad que por lo general implica un plano corto, primer plano o plano detalle del rostro de una modelo que permite ver detalles en temática de cosmética y maquillaje.
- **Briefing:** Anglicismo. Documento o sesión informativa donde se proporciona toda la información a partir de la que se va a generar una comunicación, anuncio o campaña publicitaria.
- **Chimera:** Pantalla de difusión que se monta en las diferentes fuentes de luz para cine y fotografía y que pueden soportar altas temperaturas durante horas. Existen muy diversos formatos cuadrados, rectangulares y poligonales.
- **C-41:** Proceso de revelado de la película de negativo color.
- **Contraluz:** fuente de luz situada entre 135° y 215° desde el punto de vista del fotógrafo.
- **Cruzado:** Se denomina así a los procesos invertidos de revelado de película fotográfica, por el que el material diapositiva (que se revela con proceso E-6) se revela como negativo color (C-41) y viceversa. El efecto de saturación, cambios de color, contraste y tono son muy llamativos pero apenas tuvo difusión editorial y requería de muchas pruebas hasta poder encontrar parámetros técnicos que dieran buenos resultados.

- **Desenfoque óptico:** Zona no enfocada, fuera de la profundidad de campo, y cuya tipología viene determinada por el diafragma empleado y las características técnicas de cada objetivo.
- **Diafragmas intermedios:** Son los diafragmas donde la óptica suele proporcionar mejor rendimiento en cuanto a calidad pero limitan la mayor o menor profundidad de campo.
- **Diapositiva:** Película de inversión en color que crea una imagen negativa cuando es expuesta, que es revertida a positiva en el proceso de revelado.
- **Difusores:** Elementos que se colocan delante de una fuente de luz. Pueden ser de muchos tipos, rollo de papel, rejilla, tela, etc.
- **Director de arte:** En publicidad, persona responsable de dirigir los equipos de diseño artístico y de diseño de producción para crear todo cuanto visualmente formará parte de un anuncio.
- **E-6:** Proceso de revelado de la película diapositiva.
- **Equipo creativo:** Compuesto por un redactor publicitario (copy writer) y un director artístico que desarrollan ideas y la estrategia creativa para una campaña publicitaria.
- **Estico:** Plancha de poliestireno (corcho blanco) de 2x1m. que se utiliza para reflejar luz. En ocasiones tiene una cara pintada de negro mate para marcar densidades en un sujeto o para cortar luz.
- **Exposición para sombras:** Durante la toma fotográfica las sombras deben tener la suficiente exposición para tener detalle. Las altas luces estarán en una zona superior de la escala de grises pero en función de las características de la toma, tendrán detalle.
- **Fondos de papel:** Rollos de papel generalmente de 2,75x11m. que se montan sobre barracudas y permite al fotógrafo elegir entre una amplia gama de colores.
- **Formato:** Proporción entre altura y anchura o tamaño del sensor o de la película analógica. En analógico los principales son: 35mm (24x36mm.), Formato Medio

(4,5x6cm., 6x6cm., 6x7cm., 6x9cm.) y Gran Formato (9x12cm. o 10x12cm., 13x18cm. y 20x25cm.)

- **High Key:** Anglicismo= Clave alta. Técnica de iluminación con predominio de tonos blancos y bajo contraste, por lo general sin sombras ni valores en negro.
- **Levantar:** subir intensidad de luz mediante reflectores o fuentes de luz.
- **Lith (Película):** Película de muy alto contraste, baja sensibilidad y alta nitidez, con negros y blancos puros que suprime los tonos grises. Aunque su uso proviene de las artes gráficas, tuvo numerosas aplicaciones artísticas en fotografía.
- **Localización:** lugar donde se desarrolla una sesión fotográfica. En la mayoría de las producciones fotográficas en exteriores, implica una pre-localización para determinar el mejor momento para su aprovechamiento en función de varios factores, pero principalmente la luz.
- **Low Key:** Anglicismo= Clave baja. Técnica de iluminación con predominio de tonos negros y alto contraste, con zonas específicas de la imagen están iluminadas o parcialmente iluminadas mientras otras permanecen en sombra.
- **Luz dura:** Luz directa de una fuente de luz, sin matizar.
- **Luz suave:** Luz matizada, difusa, general.
- **Material fungible:** Consumible fotográfico, generalmente relativo a la película fotográfica.
- **Negativo color:** imagen en negativo fijada durante el revelado, que debe exponerse sobre papel para obtener un positivo o copia.
- **Orden de shooting:** Establecido en la PPM, es el orden en que se va a realizar una sesión y donde se combinan todos los factores inherentes a la producción fotográfica.
- **Perfiles:** fuente de luz situada entre 90 y 135° o 215° y 270° desde el punto de vista del fotógrafo.

- **Picado:** La cámara está situada por encima de la altura de los ojos del sujeto.
- **Plan de difusión en medios:** procedimiento que aplica diferentes estrategias para difundir masivamente un mensaje de la manera más rentable y eficaz. Viene determinado por: la cifra total que dedica a la campaña (que puede estar dividida en una o varias etapas); y por la distribución de esa cifra en el medio o medios seleccionados.
- **PLV:** Siglas de Publicidad en Lugar de Venta.
- **Polaroid:** fabricante estadounidense de cámaras y película fotográfica instantánea.
- **PPM:** Anglicismo. Pre Production Meeting. Última reunión de producción anterior a una sesión fotográfica o rodaje donde se determinan todos los detalles de la misma.
- **Productor:** En relación a fotografía, responsable de los aspectos organizativos y técnicos de la elaboración de una imagen.
- **Punto:** =Stop, Diafragma. Paso completo de un diafragma. En función del sistema en que estemos trabajando puede dividirse en medios o en tercios.
- **Retrotiming:** Nueva fecha establecida para la realización de una producción fotográfica en el caso de que no se pueda cumplir el timing previsto. Establecido en la PPM y producto de todos los factores inherentes a la producción fotográfica.
- **Ring-Flash:** flash que se monta alrededor del objetivo de la cámara y que puede ofrecer diferentes tipos de luz en función de la parte del mismo que se utilice pero, en su uso habitual, proporciona una luz frontal suave sin sombras en el rostro y con un registro fiel de los colores y tonalidades de los rostros y del estilismo. Provoca sombras suaves que contornean a la modelo cuando ésta se sitúa cerca del fondo.
- **Sobre-exponer:** Resultado de realizar una toma con una velocidad más baja, un diafragma más abierto o un ISO superior al que marca el fotómetro.
- **Stop:** = Punto, Diafragma. Paso completo de un diafragma. En función del sistema en que estemos trabajando puede dividirse en medios o en tercios.

- **Subexponer:** Resultado de realizar una toma con una velocidad más alta, un diafragma más cerrado o un ISO inferior al que marca el fotómetro.
- **Target:** Anglicismo. Público objetivo al que va destinado un producto audiovisual.
- **Timing:** Anglicismo. Fecha y horario concreto en la que se va a realizar una producción fotográfica. Establecido en la PPM y producto de todos los factores inherentes a la producción fotográfica.
- **Ventanas:** = Chimera. Pantalla de difusión que se monta en las diferentes fuentes de luz para cine y fotografía y que pueden soportar altas temperaturas durante horas. Existen muy diversos formatos cuadrados, rectangulares y poligonales.

8. ANEXO - FUENTES

Resumen entrevista a Enrique Caruncho

- Enrique Caruncho: hijo de Sofía Torga, editora de Telva
- Al principio las modelos no eran modelos, eran chicas de la calle y no se les pagaban dietas. Sofía Torga entra en Telva porque desde la editorial preguntan a Buero Vallejo por una mujer que entienda de moda y que sepa escribir.
- Sofía Torga es hija de un perfumista y mujer de un jefe de compras de Galerías Preciados que luego se convierte en una periodista de moda muy considerada en España y París (miembro de la cámara sindical y jurado de los permios de moda).
- Estuvo 34 años en Telva. Su prestigio hace que fotógrafos como Sarah Moon trabajen para la revista no por la revista en sí, sino por Sofía Torga. Sofía los conocía en las pasarelas (como a Roland de Vassal) y los buscaba para trabajar para Telva.
- La primera agencia de modelos en Madrid se llamaba Fly, era de Antonio Molina. Antonio Molina (Caruncho fue su ayudante y le reconoce como su maestro) cae en desgracia en Telva porque era drogadicto y una revista como Telva se niega a trabajar con gente así.
- Molina es descubierto por Sofía Torga un día que va a visitar al padre de Molina que era peletero. En ese momento Molina era peluquero, maquillador y estilista y Sofía trabajaba en Telva sólo con un fotógrafo oficial de la revista. Antonio Molina era intuitivo y creativo pero no entendía la técnica fotográfica (autodidacta). Para compensarlo, por ejemplo, disparaba con motor, haciendo varias fotos de seguido para luego seleccionar la mejor.
- Los fotógrafos los elegía Sofía y les formaba.
- No había agencias de modelos en España. Las modelos venían a España y tenían orden de pasar por Telva para trabajar (principios 80).
- Sobre Telva en los años 70: Era la revista más importante (había otras pequeñas, como AMA, Nuevo Estilo, Dunia que vino después, pero ninguna duró, como Telva

que llega hasta hoy). De espíritu muy conservador (OPUS). Tenía muchos suscriptores (400.000 en los años 80), para la clase media y alta española. Había muchos problemas para presentar fotos novedosas porque estaban sometidos a un control editorial que impedía cualquier contenido sexual explícito o implícito, desnudez o visos de sugerir determinadas partes del cuerpo femenino, llegando incluso a vetar fotografías donde determinadas sombras se confundían con los pezones o la zona genital de la mujer. Sin embargo, esta línea editorial tan conservadora, era contradictoria: se impedía fotografiar mujeres en bikini pero sí se podía tener una página de Triumph internacional con una mujer en sujetador. Esto provocaba la indignación de los fotógrafos nacionales...

- Respecto de M. Wray: cuando Caruncho le conoce. Wray disparaba con flash anular.

- Según Caruncho Wray tiene formación británica mientras que él es autodidacta. Según él no había mucho contacto entre ellos (los fotógrafos son celosos de su trabajo), no había revistas ni libros de fotografía (de vez en cuando conseguían un Harper Bazaar a precio alto y de ahí se obtenían ideas...).

- Caruncho reconoce a Irving Penn como su referente. Para él Newton es un reportero de Paris Match que folla mucho.

Resumen entrevista a Nacho Pinedo

- Anécdota de Helmut Newton: está en Berlín y tiene que hacer un trabajo de colecciones en París. Vuela a París haciendo escala en Amsterdam y mientras espera se encuentra en una tienda con un flash anular pequeño (adaptable a objetivo). Hace la sesión en París con el flash anular y al revelar se da cuenta que todas las modelos salen con los ojos rojos. Lo que hace es vender a la revista las fotos como si se tratasen de una nueva técnica creativa. Como es Newton la revista traga y publica las fotos.

- Pinedo confirma que Michael Wray es el primero que trae el flash anular grande a España.

- Al respecto de cómo se aprendía la técnica en España, cuenta la siguiente anécdota: Vallhonrat necesitaba un modelo con aspecto americano para una sesión y conoce a un chileno llamado Marcelo, que no era modelo. A partir de aquí el tal Marcelo es contratado por una agencia y empieza a viajar al extranjero para hacer sesiones. Tras una sesión en Italia, Vallhonrat le vuelve a llamar y le dice que le explique cómo colocan las luces los italianos, a lo que Marcelo contesta que no tiene ni idea. Le pide que la siguiente vez que vaya que se fije. A la siguiente vez Marcelo viaja con un bloc y un bolígrafo y cada vez que el fotógrafo le hace una foto hace un esquema de la iluminación. A la vuelta le pasa los apuntes a Vallhonrat.

- Según Pinedo, en España cada fotógrafo tenía un truco (media, vaselina...). El fotógrafo era un personaje cuyo trabajo estaba basado en un truco. Esto es lo que llevaba a no contar nada, porque el truco era el secreto. Sin embargo, Michael Wray no era así. Su primer estudio estaba en Ministriles (Lavapiés) y estaba abierto a casi todos los fotógrafos y lleno de cosas que no se veían en España, como el citado flash anular, las luces alargadas (strips), etc.

- Michael Wray venía de un país donde la fotografía de moda tenía una larga tradición, con muchas décadas de ventaja. Por eso en España, al comienzo, no había tal especialidad llamada fotografía de moda.

- Antonio Molina: era capaz de lanzar 300 fotos sin carrete. Era un moderno que no tenía ni idea de fotografía. Cuenta la anécdota de que Telva le manda a fotografiar a la familia real inglesa y cuando se pone a montar el equipo no es capaz de conectar los flash... Después de sudar la gota gorda le dice a la señora: "Her Majesty to the window". La puso pegada a la ventana y así le pudo hacer las fotos (no viajaba con ayudantes).

- Michael Wray fue el primero que trajo el teleobjetivo, los reflectores (para poner por delante en los contraluces), etc.

- A principios de los ochenta Michael Wray, Pinedo, Alejandro Cabrera, Vallhonrat coinciden mucho y entonces sí comparten el trabajo y la técnica. Se prestaban las cosas.

- Otra forma de conocer lo que se hacía fuera de España era porque de vez en cuando aparecía un Vogue francés y ese número circulaba entre todos los fotógrafos...

- A España venían a trabajar en verano muchos fotógrafos holandeses y del norte de Europa. En Holanda tiraban a contraluz y la diferencia de diafragma entre la parte de sombra de la cabeza y la parte iluminada era como mucho de 1. Cuando iban a la sierra madrileña a fotografiar esa diferencia aumentaba a 7. Al revelar se encontraban con las fotos negras y se veían obligados a forzar el negativo pero aún así les quedaban muy mal. Estaban desesperados. Sólo Michael Wray sabía hacerlo bien.

- Tras un viaje de Vallhonrat a París, le dice a los del laboratorio Carreño (donde todos revelaban en Madrid) que en la capital francesa todos fuerzan la película. Carreño respetaba las instrucciones de Kodak, muy específicas en cuanto al revelado (especialmente para diapositiva), pues se indicaba que fuera de eso Kodak no se responsabilizaba. Un día fuerzan el revelado (por ej., si la especificación era 3min y medio, se revelaba a 5min). El resultado espectacular, blancos y negros impecables, con un contraste brutal. Rápidamente, se empieza a forzar el revelado cobrando el doble por cada paso. Y todo el mundo empezó a forzar. Por eso luego los holandeses forzaban tanto.

- A principios de los ochenta la única escuela de fotografía que había en Madrid era Fotocentro y luego el CEV (con Miguel Oriola).
- En Telva se entraba presentado un portfolio a María Burto o a Sofía Torga. Te hacían una prueba y si iba bien te llamaban.
- Respecto de los fondos manchados dice: el primer fondo de tela manchado lo hace Vallhonrat y no fue pintado sino teñido. Llenaron una bañera de agua y anilina y metieron la lona. La dificultad que fue sacar la lona (de alrededor de 18m2) por su peso de la bañera llevó a no teñir nunca más y empezar a pintar con spray o con rodillos.
- Michael Wray trajo el soft box.
- En 1982 ya había furgonetas con generadores y se podía utilizar flash en exterior.

Fuentes

Se adjunto un DVD con las siguientes carpetas:

- Carpeta **AUDIOS:**

1. Entrevista a Michael Wray en los archivos:

- Entrevista Michael Wray 1.m4a

- Entrevista Michael Wray 2.m4a

- Entrevista Michael Wray 3.m4a

- Entrevista Michael Wray 4.m4a

- Entrevista Michael Wray 5.m4a

- Entrevista Michael Wray 6.m4a

2. Entrevista a Enrique Carunho en el archivo:

- Entrevista Enrique Caruncho.mp3

3. Entrevista a Nacho Pinedo en el archivo:

- Entrevista Nacho Pinedo.m4a

4. Entrevista a Elena Benarroch en el archivo:

- Entrevista Elena Benarroch.m4a

- **Carpeta IMAGENES TELVA:** con carpetas clasificadas con imágenes de los años estudiados en la revista Telva (incluidas en la tesis y otras).

- **Carpeta IMAGENES MICHAEL WRAY:** archivo de imágenes de Michael Wray (incluidas en la tesis y otras).

